

Vysoká škola ekonomická v Praze

Diplomová práce

Vysoká škola ekonomická v Praze
Fakulta podnikohospodářská
Studijní obor: Podniková ekonomika a management



Název diplomové práce:

Umění jako investice

Autor diplomové práce: Bc. Štěpán Zub

Vedoucí diplomové práce: Ing. Luboš Smrčka, CSc.

P r o h l á š e n í

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci na téma
„Umění jako investice“
vypracoval/a samostatně s využitím literatury a informací,
na něž odkazuji.

V Praze dne 20. srpna 2011

Podpis

Poděkování

Chtěl bych touto formou poděkovat Ing. Luboši Smrčkovi, Csc. za příkladné vedení mé diplomové práce a houslovému mistru Jaroslavu Svěcenému za neocenitelné informace z houslového světa.

Název diplomové práce:

Umění jako investice

Abstrakt:

Hlavním úkolem mé práce je zhodnotit umění jakožto investiční nástroj, který má schopnost vhodně diverzifikovat portfolio investorů napříč širokým spektrem a prozkoumat současný stav této oblasti v České republice. Dále se zabývám specifickým segmentem umění v podobě houslových nástrojů a pokouším se aplikovat dosažené poznatky v projektu, který se zabývá zejména šířením povědomí o této problematice.

Klíčová slova:

Umění, investice, diverzifikace, zhodnocení, housle

Title of the Master's Thesis:

Art as an investment

Abstract:

The main goal of the Master's Thesis is to evaluate art as an investment tool with its diversification ability in whole spectrum of portfolios. The next goal is focuses on art market in the Czech Republic. The application part is dedicated to specific segment of art and I analyse rare violins as an attractive form of investment. I try to propose web project with ambition of promoting violin as an interesting instrument with investment ability.

Key words:

Art, investment, violin, diversification

Obsah

1	Úvod.....	10
1.1	Cíle.....	11
2	Umění jako investice: příležitost, hozená rukavice?.....	12
2.1	Investiční výkonnost umění.....	14
2.1.1	Korelace trhu s uměním s akcemi.....	18
2.2	Ekonomické cykly a vliv na alokační strukturu portfolií	19
2.3	Hlavní rizika uměleckých investic	20
2.4	Cena uměleckého díla.....	21
3	Formy vstupu do investičních vod s uměním	23
3.1	Podílové fondy s uměním	25
3.1.1	Úkoly manažerů podílových fondů.....	25
3.1.2	Poslání podílových fondů s uměním.....	25
3.1.3	První hedge fond s uměním	26
3.2	Historie uměleckých fondů.....	26
3.2.1	La Peau de l'Ours a další	27
4	Měření výkonnosti umění	27
4.1	Mei and Moses Index	27
4.2	AMR-Art Market Research	29
4.3	AMR Art 100.....	29
4.4	Artprice.com	30
4.5	Český index výkonnosti umění Art+	30
5	Současné pokroky a trendy	31
5.1	Fine Art Group - nejúspěšnější podílový fond s uměním aneb když se to dělá dobře	33
5.2	Nezdary na poli uměleckých investic	35
5.2.1	Důvody neúspěchu.....	35
6	Trendy v ČR.....	37

6.1	Aukční síně v Čechách	37
6.2	Projekt Artbanka.....	38
6.3	Podpora současnému umění na sociálních sítích - Young Art Lovers aneb iniciativě se meze nekladou.....	39
7	Investiční portfolio s uměním	39
7.1	Diverzifikace uměleckého portfolia	41
7.1.1	Koeficient beta	41
8	Ekonomika umění - závěry	43
9	Praktická část - analýza konkrétního segmentu investic do umění a návrh internetového projektu.....	45
9.1	Investiční trh s houslemi.....	45
9.1.1	Nedostatek.....	48
9.1.2	Nabídka a poptávka.....	48
9.1.3	Likvidita.....	48
9.1.4	Diverzifikace portfolia	49
9.1.5	Pojištění, skladování a náklady na údržbu	49
9.1.6	Stradivárky.....	49
9.1.7	Nejdražší instrumenty	50
9.2	Návratnost investice do houslí.....	51
9.2.1	Co vytváří hodnotu houslí?	53
9.3	Formy investování do houslí	53
9.3.1	Aukční síně	53
9.3.2	Soukromý nákup/prodej	53
9.3.3	Podílové fondy	54
9.4	Investovat či ne?	54
9.5	Současnost výroby houslí	55
9.5.1	Dilema při výběru houslového nástroje	55
9.5.2	Čína - houslová „velmoc“	56
9.6	Ceny nových houslí a jejich výběr	57
9.6.1	Webová prezentace a Ebay	58
9.6.2	Podpora houslařským školám v ČR.....	58
10	Český webový houslový portál - příležitost?	59
10.1	Základní idea projektu	59
10.1.1	Konkurenční výhoda	60
10.1.2	Cílové segmenty trhu a jejich velikost	60
10.1.3	Tým	60

10.1.4	Finanční cíle	61
10.1.5	Náklady	61
10.2	Popis produktu.....	61
10.3	Analýza konkurence v Čechách	62
10.3.1	Závěry analýzy nejlépe indexovaných webů s houslovou tematikou	65
10.4	Inspirace na Zahraničních webech.....	66
10.4.1	www.cozio.com, je dobré mít správné vzory	67
10.5	Propagace houslového webportálu	69
10.5.1	Komunikační mix pro investory	69
10.5.1.1	Tiskoviny	69
10.5.1.2	ČT 24, ekonomické zpravodajství	69
10.5.1.3	Přednášky na školách ekonomického zaměření.....	70
10.5.1.4	Lead Generation marketing.....	70
10.5.2	Komunikační mix pro muzikanty, nadšence a obyčejný lid	71
10.5.2.1	Cílený personal marketing	71
10.5.2.2	PR články do kulturních a ekonomických rubrik magazínů	74
10.6	SWOT analýza.....	77
10.7	Analýza rizik.....	77
11	Závěr.....	78
12	Literatura	80
13	Seznam obrázků	83
14	Seznam Tabulek	84
15	Seznam příloh.....	84

1 Úvod

Rád bych čtenáře mé diplomové práce pozval na cestu po stezkách umění, tak jako ho chápe a vnímá především ekonom a investor, umění v tomto smyslu již není jen výsadou privilegovaných, bohémskou tajenkou, nedostupným lákadlem. Cílem mé práce je zmapovat možnosti, které se nabízejí i drobným investorům v oblasti umění v podmínkách nepředvídatelného světa tak evokujícího teorii motýlího efektu, kdy chod ekonomiky skutečně ovlivňuje i pomyslný poryv větru způsobený motýlími křídly kurzů a parit. Proto je třeba hledat a rozvíjet způsoby zajištění portfolií minimalizující riziko. Popisuji umění jako jednu z těchto forem a soustředím se na souhrn všech souvisejících hrozeb a příležitostí.

Umění se stává čím dál více přirozenou součástí symbiotického světa financí. Promlouvá hlasitě na burzách, je předmětem spekulací, předpovědí, hýbe prostředím aukčních síní a nabízí se i normálním smrtelníkům v investiční volence, kde k tanci hraje hudba snad všech národů, rozeznívají se italské struny, struny houslových mistrů. Jsou slyšet rytmické údery aukčního kladívka. Před očima se střídají obrazy indických umělců, brazilská malířská samba - současné umění jako jedna z nejlépe se zhodnocujících uměleckých investic dneška.

Myšlenka investovat do umění není novinkou současnosti. Již v dávných dobách se členové majetných klanů a rodin obklopovali uměleckými díly. Byla to známka určitého postavení a prestiže. Michelangelo, Da Vinci a další velikáni renesance měli svou autorskou svobodu zajištěnu. Významné rodiny a bohaté klany jim platily za všechny výdaje a životní náklady, a tak se umělci mohli soustředit na svou tvorbu a kreativitu.

Nerad bych však vyvolal pocit, že jde jen o peníze - to až v první řadě, jak praví ironicky folklórní moudro, ale v pokoře před múzami a k tomu nezachytitelnému kouzlu činností, které vznikají z jádra lidské duše, musím konstatovat, že umění je především potravou mysli, jen těžko popsatelné čísla a sumami a v mnoha případech právě penězi devalvované, pop kulturní ikony jsou toho velmi zdárným příkladem, však i někteří galeristé dokonce zakazují svým mladým vystavovatelům vstupovat do depozitářů podílových fondů, aby se nestali otroky peněz a jejich tvůrčí činnost zůstala svobodná. Dobrý sluha a někdy velmi špatný pán. Vztah peněz a umění je však zcela neodmyslitelný.

27. května 2011 se uskutečnila již pátá konference týkající se investic do umění „5th Annual Art Investment Conference“ v Londýně, na seznamu řečníků je průřez snad celým spektrem ekonomického světa - umění ve světle reflektorů. Posuďte sami: Arnaud de Servigny, Head of Investment Strategy, Deutsche Bank, Anna Somers Cocks, Founder, the

Art Newspaper, Moti Shniberg, CEO, Mutual Art, Artist Pension Trust, Steven Kettle, Executive Director, Stonehage Group, Professor Elroy Dimson, Emeritus Professor of Finance, London Business School, Dr. Andrew Renton, Director Goldsmith College, Adriano Picinato Di Torcello, Senior Manager, Deloitte, Heitor Reis, Founding Partner, Plural Capital Brazil Golden Art Fund, Randall Willette, Managing Director, Fine Art Wealth Management, Stanislaus Gokelaere, CEO, Art Collection Fund.¹

1.1 Cíle

Je umění skutečně atraktivní investiční formou, srovnatelnou s klasickými burzovními nástroji? Mým cílem je na tuto otázku v práci odpovědět za pomoci dostupných a relevantních informačních zdrojů. Některé informace bylo téměř nemožné dohledat v českých pramenech, a tak jsem z velké části čerpal ze zahraničních zdrojů.

Ve své praktické části jsem se rozhodl analyzovat a navrhnout informativně zaměřený internetový projekt, který navazuje na diskuzi zahájenou na akademické půdě Vysoké školy ekonomické při přednášce s uznávaným houslařským mistrem Jaroslavem Svěceným, který se mimo jiné věnuje oceňování těchto strunných nástrojů a dokáže o nich dlouze a poutavě vyprávět. To mě podnítilo k tomu, prozkoumat současný stav profesionálních oceňovacích služeb na českém internetu a dále se zajímat o možnost investování do houslových nástrojů, což je další z oblastí, která podle mého názoru v tuzemském investorském podvědomí chybí a logicky tak navazuje na první část mé diplomové práce.

Moje zkoumání vedlo od samotné analýzy investičního trhu s houslemi až ke sledování zahraničních úspěšných webových projektů. Doufám, že se mi podaří získané informace podat srozumitelným a věcným způsobem tak, aby má práce naplnila svůj smysl.

Jako nesporný přínos mého snažení vnímám fakt, že je prakticky nemožné dohledat o této problematice český relevantní zdroj, informace o umění, potažmo o houslovém investičním světě jsou spíše „podpultovou“ záležitostí a pro cizím jazykem nedisponujícího investora tak poměrně zapovězené.

Téma volně navazuje na mou bakalářskou práci, ve které se zabývám charakteristikou finančních produktů a popisují některé druhy alternativních investic, umění mezi nimi však chybělo, snad se mi tento předchozí nedostatek podaří napravit i s úroky.

¹ Zdroj: www.globalfunddata.com [online]. 2011 [cit. 2011-08-06]. Globalfunddata. Dostupné z WWW: <http://www.globalfunddata.com/event/fund-hedge-funds/5th-annual-art-investment-conference>.

2 Umění jako investice: příležitost, hozená rukavice?

Investiční gramotnost ve vyspělých zemích neustále roste, např. zapojení do burzovního obchodu se ve velké Británii za posledních 60 let zvýšilo ze 4% na více než polovinu rodin, které jsou aktivní na akciovém trhu, jak v úvodu své knihy „Rodinný rozpočet a společnost spotřeby“ uvádí její autor Ing. Luboš Smrčka.² Rostoucí hlad po investičních informacích je však mnohdy nasycován prostřednictvím bankovních poradců a finančních zprostředkovatelů s lišáckými pohledy. Informační „fast food“ nás obklopuje na každém kroku, nutriční hodnota pro peníze investorů, ať už za ně považujeme rodiny, či jednotlivce, je často pochybná. Pro skutečně odpovědné investice s ambicemi, které si stanoví její iniciátor, je důležité znát dostupné varianty zhodnocování majetku a jejich úskalí. Existují takové, o kterých je velmi malé povědomí, jednou z nich je právě umění.

Moderní doba investici do umění vnímá jako alternativní formu zajištění investičního portfolia, kdy jde spíše o smáčení palců v obrovském moři potenciálu. Stačí se podívat na portfolia velkých bank, které se tak zajišťují a diverzifikují riziko.

Velikost a význam uměleckého investičního depozitáře odkryl případ pádu banky Lehmann Brothers po 128 letech její existence, který symbolicky započal světovou recesi. Věřitelé zaplakali a svět už popotahoval k obrovské krizi likvidity. To, co alespoň trochu otřelo slzy zlomku věřitelů, byl rozprodán depozitář uměleckých děl. Banka disponovala sbírkou současného umění, která se dražila na největších světových aukcích, jako jsou Sotheby nebo Christies, a za jediný den se prodalo 83 % z celkového počtu 142 obrazů za 12 miliónů dolarů.³

Estetická hodnota umění je s ním spjata neodmyslitelně, co dělá z umění odvětví hodné zájmu mé diplomové práce je zejména řeč čísel. Peněžní objem uměleckého průmyslu se odhaduje na 3 bilióny dolarů s ročním obratem v hodnotě 30 miliard dolarů, jak uvádí ve své studii z roku 2008 „Ohodnocení umění jako alternativního investičního aktiva“ Mamarbachi a Favato.⁴

² Zdroj: SMRČKA, Luboš. *Rodinný rozpočet a společnost spotřeby*. Praha : Profesional Publishing, 2008. 304 s.

³ Zdroj: *Artinfo* [online]. 2010 [cit. 2011-08-01]. Lehman Brothers Art Takes \$12.3 Million at Sotheby's, Though Hirst Fails. Dostupné z WWW: <<http://www.artinfo.com/news/story/35874/lehman-brothers-art-takes-123-million-at-sothebys-though-hirst-fails/>>.

⁴ Zdroj: MAMARBACHI, Raya ; FAVATO, Giampiero. *Econpapers* [online]. 2008 [cit. 2011-08-21]. Evaluating art as an alternative investment asset. Dostupné z WWW: <<http://econpapers.repec.org/article/risjofitr/0824.htm>>.

Ve své práci se zabývám analýzou výtvarného umění a rozbořem investování do mistrovských houslí. Investovat do umění je ovšem disciplína, která pojímá mnoho různorodých žánrů od restaurování starých budov, hudebního a filmového průmyslu, divadla a dalších kulturních činností. Žádná z nich však neposkytuje tak dokonalou základnu historických údajů a nepodobá se klasickým investičním formám jako právě výtvarné umění nebo housle. Jde o mobilní artefakty uchovatelné v depozitářích stejně jako zlato nebo drahé kameny. Jsou hmatatelným odkazem doby, tradic a hodnot. V následujícím textu se tedy věnuji jejich charakteristice coby investičního artiklu s vědomím jejich specifičnosti.

Umění je výsledkem duševní tvorby, inspirace, nezachytitelnosti. Peníze s ním vedou náruživý dialog, jde o rozhovor, ve kterém jsou oba partneři nevylučitelní. Pokud jeden z nich mluvit přestane, chemická reakce přestane působit. V posledních deseti letech dochází k reakcím vskutku třeskutým. Svět uměleckých investic se však od toho ryze finančního liší v několika důležitých bodech, které srovnání s tradičními akciemi a dluhopisy činí obtížným, jak dále uvádí Mamarbachi a Favato ve své studii:

- Růst hodnoty uměleckého díla nesouvisí s nějakou popsatelem rovnicí, každé dílo má vlastní algoritmy růstu. Proto je velmi obtížné vyčíslit u jednoho daného díla jeho budoucí hodnotu. Jde tedy o mnohdy velmi nepředvídatelnou investici s vysokou volatilitou.
- Existuje několik teorií popisujících predikci pohybu klasického investičního trhu. Jeden proud shledává pohyb ceny akcií nahodilým. Druzí ekonomové se domnívají, že dlouhodobé výnosy akcií lze předvídat.⁵ U umění hraje roli zejména vkus, proto je předpověď opodstatněná jen v kratším časovém horizontu.
- Likvidita umění je velmi nízká, schopnost ho v okamžiku přeměnit na peníze je obtížná.
- V neposlední řadě jsou pro tento trh specifické náklady na pojištění, transport, uchování, katalogizaci, výstavy apod., které nejsou spojené s jiným druhem investic.
- Nabídka umění je omezená.

Nabídku lze rozdělit na primární a sekundární. Primární se věnuje obchodu se současným uměním, s díly žijících mistrů. Problematická je sekundární složka - obchodování s obrazy starých mistrů, nabídka uměleckých děl již zesnulých autorů je konečná, definitivní.

⁵ Zdroj: *Mohapl.dyndns* [online]. 2003 [cit. 2011-08-06]. Equity Price Prediction. Dostupné z WWW: <<http://mohapl.dyndns.org/equitypred.html>>.

Jejich cena v čase roste (pokud se bavíme o věhlasných autorech), ale nabídková křivka je dokonale neelastická.⁶

Boom zažívají umělci reprezentující zejména současnou kulturu Indie a Číny.⁷ Jde tedy o sekundární nabídku, která je na současném trhu nejméně limitovaná. Zájem o původní umění exotických kultur je na vzestupu a s tím stoupá i jeho cena.⁸ Slyšeli jste? To spadla na zem hozená rukavice.

2.1 Investiční výkonnost umění

Ještě před tím, než se pustím do porovnání s tradičními investičními nástroji, je velmi důležité porozumět mechanismům, které hodnotí výkonnost umění. Burzovní trh je živoucí organismus měnící se každou milisekundu, nejobchodovanější index Standard & Poor's 500, který k porovnání s uměním slouží v mnoha analýzách, je aktualizován každých 15 sekund. Index Standard&Poor's 500 (zkráceně S&P 500) je tvořen 500 předními akciovými tituly převážně amerických společností, byl zaveden v roce 1957.

Indexy sledující umění nejsou obchodované, slouží především k vědeckým účelům a jako analytické nástroje pro investory. Aktualizují se na mnohem méně frekventované bázi. Nejrespektovanější a nejcitovanější index Mei and Moses je aktualizován ročně, především z důvodu relevance a vypovídající hodnoty. Index Mei and Moses (dále v kapitole 4.1- měření výkonnosti umění) vyjadřuje statistickou návratnost prodaných děl za posledních 50 let.

Obchody, které jsou v něm zahrnuté (zhruba 13 tisíc opakovaných prodejů výtvarných děl), se odehrávají pouze v aukčních síních a popisují jen polovinu celkového uměleckého obratu⁹, data jsou sbírána od roku 1956. Na webu Mei and Moses se k tomuto „nedostatku“ vyjadřují sami autoři indexu - s vědomím expozice zhruba poloviny uskutečněných prodejů se odvolávají na nutnost přesných a spolehlivých údajů, které publikují veřejnosti. Přidáním prodejů, které se odehrávají soukromě nebo skrz galerie a dealery, by riskovali zahrnutí dat,

⁶ Zdroj: MAMARBACHI, Raya ; FAVATO, Giampiero . *Econpapers* [online]. 2008 [cit. 2011-08-21]. Evaluating art as an alternative investment asset. Dostupné z WWW: <<http://econpapers.repec.org/article/risjofitr/0824.htm>>.

⁷ Zdroj: BALFOUR, Frederik. *Businessweek* [online]. 2008 [cit. 2011-08-21]. Sotheby's Chinese, Indian Art Sale Bombs in Wake of Wall St. Crisis. Dostupné z WWW: <http://www.businessweek.com/blogs/eyeonasia/archives/2008/10/sothebys_chinese_indian_art_sale_bombs_in_wake_of_wall_st_crisis.html>.

⁸ Světová globalizace je přeléváním bohatství a vědomostí z rozvinutých částí planety do těch rozvojových, proces s sebou nese i tento „vedlejší produkt“ zájmu o původní umění. Důkazem může být například Indie, Čína nebo Brazílie, cestu k nim si našli i bohatí investoři západního světa.

⁹ Pro porovnání je index S & P 500 tvořen vzorkem méně než 10 % z celkového počtu obchodovaných akcií na americké burze.

kteří by mohli jejich autoři poskytovat s úmyslem záměrného vykazování zisku, aukční domy jsou tedy objektivním a veřejně dostupným zdrojem nezkreslených údajů.¹⁰

Vybaveni těmito základními informacemi se nyní můžeme pustit do analýzy dat, která jsou duševním vlastnictvím profesorů Jianpinga Meie a Michaela Mosese. Informace poskytnuté na webu www.artasanasset.com nejsou určené ke komerčnímu využití a jako takové je zpracovávám čistě k akademickým účelům mé diplomové práce.

Vývoj trhu s uměním je podle nastavených měřítek popsitelný obdobími nadměrného růstu i velkých propadů. Mezi lety 1985 a 1990 zažívalo umění strmý růst, ročně vykazovalo až 30% zhodnocení. Po roce 1990 naopak přišel strmý pád, kdy se index propadl v následujících 4 letech až o 65 % své hodnoty. Podobný úkaz se stal v současnosti v době nástupu finanční krize. V pětiletém období před kritickým rokem 2008 a 2009 umění souhrnně vykazovalo průměrný roční růst 20%. Pokles o 23,5% v roce 2009 byl druhým největším pádem po zmiňovaném období mezi lety 1990-1995. Základní příčinou byly i v tomto případě jednoduše růžové brýle a neuvěřitelné nadhodnocování uměleckých děl, zejména impresionistů, o které byl neobyčejný zájem, ten však ochladl a ceny se vrátily na realističtější úroveň. Situace připomíná internetovou bublinu koncem devadesátých let, která nakumulovala obrovský kapitál, a enormní růst akcií nově narozených internetových firem přilákal mnoho namlsaných investorů. Tyto firmy však neměly reálnou hodnotu. Bublina musela splasknout. I umění prochází těmito fázemi.

Pokud porovnáváme akciový index s uměním, je důležité vymezit časový interval. Za posledních padesát let index Standard & Poor's 500 vykazuje přibližně stejné zhodnocení jako index Mei Moses - okolo 9,5 %¹¹, posledních 25 let představuje interval, ve kterém se umění několikrát prudce zhouplo na houpačce vkusu a přemrštěných cen, zejména při zmiňovaných propadech po roce 1990 a 2008, a tak vykazuje „jen“ 6,43% zhodnocení, Standard & Poor's 500 téměř 9,91%. Divoká pětiletka mezi roky 2005 - 2010 zamíchala kartami snad všech účastníků světové ekonomiky. Umění v ruce drží ale silné trumfy v podobě nulové až záporné korelace s burzovním trhem, a tak ze srovnání posledních pěti let vychází vítězně. Standard & Poor's 500 vykazuje hodnoty 2,28%, umění 3,59%. Přestože se umění ekonomická krize

¹⁰ Zdroj: Zdroj: MEI, JIANPING; MOSES, MICHAEL. *Artasanasset* [online]. 2011 [cit. 2011-08-21]. FAQs. Dostupné z WWW: < <http://www.artasanasset.com/aboutus/faq.php> >.

¹¹ Průměrné souhrnné procentuální zhodnocení za veškeré dražené výtvarné umění ročně.

nedotkla přímo, její vlivy pocítily samozřejmě i aukční domy, nutno připočíst splasknutí další bubliny nadhodnoceného umění v roce 2008.¹²

Rok 2010 byl ve znamení ozdravování ekonomiky, umění se však podle indexu Mei Moses dařilo oproti akciovému trhu ještě lépe, zaznamenalo zhodnocení 16,6 % oproti 15,06 % indexu Standard & Poor's 500. Ale tak jako to platí vždy, když se zdá něco až příliš jednoznačné, ani tady není všechno zlato, co se třpytí, řekněme spíše barva, co se leskne. Zmínil jsem absolutní závislost na prodeji aukčních domů, které v jistém smyslu nastavují všeobecný vkus výběrem dražených předmětů. A vkus je jedna z příčin, proč se graf výkonnosti umění podobá občas jízdě na horské dráze.

Tabulka 1 Index Mei Moses¹³

celková návratnost	S & P500	MEI MOSES - ART
posledních 50 let	9,73 %	9,23 %
posledních 25 let	9,91 %	6,43 %
posledních 5 let	2,28 %	3,59 %
rok 2010	15,06 %	16,6 %

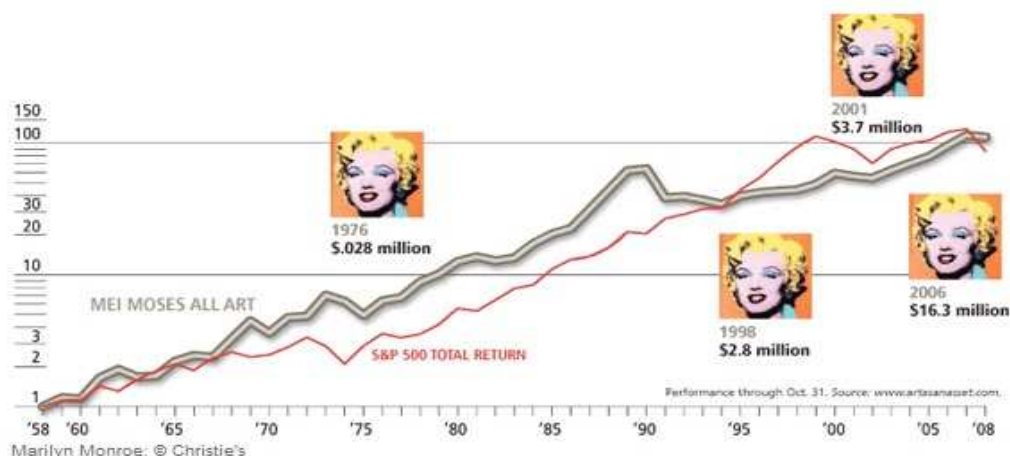
Srovnání s akciovým indexem zpřijemňuje pohled na čtyři krásné tváře Marylin Monroe (Orange Merilyn od Andyho Warhola), první je však krásná za 280 tisíc dolarů a čtvrtá za 16,3 miliónu dolarů. Rozdíl třiceti let s ženskou tváří udělá divy.

¹² Zdroj: MEI, JIANPING; MOSES, MICHAEL. *Artasanasset* [online]. 2011 [cit. 2011-08-21]. 2010 YEAR END ART MARKET INSIGHTS BASED ON THE MEI MOSES® ART INDEXES©. Dostupné z WWW: <<http://www.artasanasset.com/main/MainFile.php?fileID=14>>.

¹³ Zdroj: Zdroj: MEI, JIANPING; MOSES, MICHAEL. *Artasanasset* [online]. 2011 [cit. 2011-08-21]. 2010 YEAR END ART MARKET INSIGHTS BASED ON THE MEI MOSES® ART INDEXES©. Dostupné z WWW: <<http://www.artasanasset.com/main/MainFile.php?fileID=14>>.

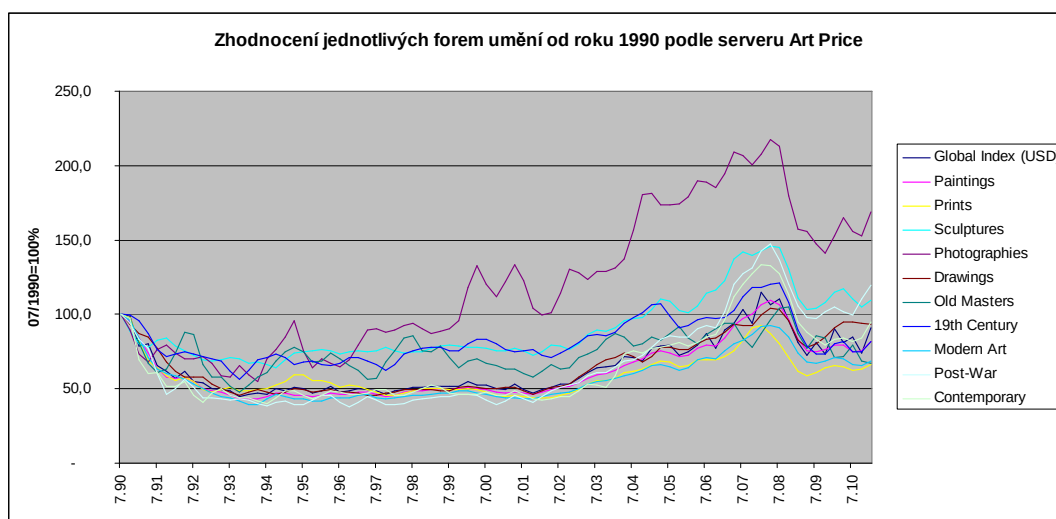
Index Mei Moses (dále v kapitole měření výkonnosti umění) vyjadřuje statistickou návratnost prodaných děl za posledních 50 let. Další rozšířené statistiky jsou dostupné pouze v placené části webu *Artasanasset.com* a jako takové vyžadují autorizaci k publikování od autorů. Využívám proto informace z části tiskových zpráv, které Jianping Mei a Michael Moses poskytují široké veřejnosti a médiím zdarma.

Obrázek 1 Porovnání výkonnosti umění podle indexu Mei Moses a akciového indexu Standard & Poor's 500¹⁴



Abych nevyužíval data pouze z jednoho zdroje, rozhodl jsem se vytvořit graf na základě údajů o výkonnosti různých forem výtvarného umění ze serveru artprice¹⁵, který zaznamenal aukční prodeje od roku 1990 na čtvrtletní bázi. Graf začíná v bodě, kdy umění prodělalo tvrdý pád na zem z výšin nadhodnocených cen. Dalším přínosnou informací je atraktivita zhodnocení fotografií. Jejich výhodou je obecně malá pořizovací cena, fotografii lze pořídit již za několik tisíc a procentuální návratnost v průměru předčí všechny ostatní formy umění, jak dokládají údaje z aukčních síní.

Obrázek 2 Zhodnocení jednotlivých forem umění od roku 1990 podle serveru Art Price¹⁶



¹⁴ Zdroj: MEI, JIANPING, MOSES, MICHAEL. *Artmarketmonitor* [online]. 2008 [cit. 2011-08-16]. HISTORIC ART MARKET PERFORMANCE. Dostupné z WWW: <<http://www.artmarketblog.com/2008/12/06/mei-moses-art-market-index-update-artmarketblogcom/>>.

¹⁵ Zdroj: Artprice [online]. 2010 [cit. 2011-08-21]. Artprice global indices. Dostupné z WWW: <www.imgpublic.artprice.com/pdf/agi.xls>.

¹⁶ Zdroj: Artprice [online]. 2010 [cit. 2011-08-21]. Artprice global indices. Dostupné z WWW: <www.imgpublic.artprice.com/pdf/agi.xls>.

2.1.1 Korelace trhu s uměním s akciemi

Korelace je sledováním závislosti mezi dvěma jevy. Nabývá hodnoty -1 až 1. Korelace která je rovna jedné, udává totožný směr vývoje, -1 značí protichůdnost, hodnota 0 ukazuje na vzájemnou nezávislost. Výzkumy společnosti Deloitte sledovaly pohyb různých forem umění ve vztahu k burzovnímu trhu na dvacetiletém intervalu a dále pod drobnohledem posledních krušných let. Pracovali s údaji art market research (dále v kapitole měření výkonnosti umění) a došli k závěru, že zatímco obrazy starých mistrů vzdorovaly probíhající krizi statečně a vykazovaly korelaci blízkou nule, splasknutí bubliny nadhodnocených cen současného umění a impresionistů znamenalo následování burzovního trendu a korelační hodnota se u nich v roce 2009 vyšplhala až na hodnotu kolem 0,5, to samo o sobě však nehovoří o příčinném vztahu s burzovním pádem, nicméně vzhledem ke zvýšení korelace i u děl starých mistrů, o přibližně 0,07 oproti dvacetiletému průměru se dá usuzovat, že při masivní ekonomické krizi, je umění vystaveno do jisté míry stejným negativním efektům jako akciový trh.¹⁷

Obrázek 3 Korelace s akciovým trhem¹⁸

Modern Art with:	World Equity
Full period	0.1392
20 year	0.1433
10 year	0.2247
5 year	0.3494
2 year	0.5902
1 year	0.5697

Impressionist with:	World Equity
Full period	0.1048
20 year	0.1068
10 year	0.2022
5 year	0.1930
2 year	0.5212
1 year	0.5992

Old Masters with:	World Equity
Full period	0.0141
20 year	0.0231
10 year	-0.0221
5 year	0.0274
2 year	-0.0459
1 year	0.0979

Závěry této kapitoly jsou tedy ve vyslovení velké nepředvídatelnosti umění, které na delších intervalech vykazuje vysokou volatilitu vykoupenou zajímavým zhodnocením a

¹⁷ Zdroj: A. J. CAMPBELL, Rachel ; PICINATI DI TORCELLO, Adriano . *Deloitte* [online]. 2009 [cit. 2011-08-23]. Performance and correlation of art as an alternative asset class during the current financial crisis. Dostupné z WWW: <http://www.deloitte.com/assets/Dcom-Luxembourg/Local%20Assets/Documents/Research/lu_en_research_artalternative_26052009.pdf>.

¹⁸ Zdroj: A. J. CAMPBELL, Rachel ; PICINATI DI TORCELLO, Adriano . *Deloitte* [online]. 2009 [cit. 2011-08-23]. Performance and correlation of art as an alternative asset class during the current financial crisis. Dostupné z WWW: <http://www.deloitte.com/assets/Dcom-Luxembourg/Local%20Assets/Documents/Research/lu_en_research_artalternative_26052009.pdf>.

schopností odolávat burzovním pohromám. Dlouhodobé zhodnocení je hlavním cílem uměleckých investic, jako krátkodobou investici lze umění považovat tedy jen ve vztahu ke zkušenému odhadu a dobré znalosti uměleckých vod. Schopnost ochránit bohatství a diverzifikovat portfolio se liší v závislosti na uměleckém žánru a jeho současném stavu.

2.2 Ekonomické cykly a vliv na alokační strukturu portfolií

Podle studií zabývajících se ekonomickými cykly na dlouhém časovém úseku jsou investice do alternativních forem aktiv charakteristické pro období recesí a medvědího trhu, kdy cena akcií klesá. Jednou z nich je studie Roberta E. Bronsona, který se zabývá statistickou výkonností akciového trhu a peněžních alternativ v sinusoidálním vývoji ekonomiky. V období recese se majetní lidé spíše snaží investovat do aktiv, na která si mohou sáhnout, která si mohou pověsit na zeď nebo archivovat ve svých vinotékách narozdíl od akcií a cenných papírů, které jsou abstraktním předmětem nejistoty a „zákulisních“ her. Vycházel jsem z údajů studie Roberta E. Bronsona „Asset Allocation Cycles“.¹⁹

V současné době je právě tento stav dokumentovaný obrovským zájmem o zlato, podle serveru [novinky.cz](http://www.novinky.cz) se investoři bojí burzovního propadu akcií a nakupují zlato, které dosahuje nejvyšších cen za troyskou unci. 9. srpna 2011 překonala cena zlata hranici 1770 dolarů²⁰ (pozn. autora: 19.8. se cena vyšplhala na 1850 dolarů a zaznamenala týdenní nárůst o 5,9%), narozdíl od uměleckých děl je zlato likvidnější a není třeba mu příliš rozumět, historicky však nevykazuje tak stabilní růst ceny jako umění, jenž se bez vkladu dostatečných informací neobejde. Zlato posledních 5 let vykazuje až 40% průměrné roční zhodnocení, tažené posledními událostmi. Obě formy představují alternativní investiční artikl, který uchovává hodnotu přes nepřízeň akciového osudu s tím rozdílem, že zlato je obchodováno v desetinásobku jeho skutečného množství a zejména elektronickou cestou, jeho současná raketová trajektorie ceny je podle mého názoru spíše spekulací a vykazuje ve všech aspektech formu foukání do spekulativní bubliny. Pokud chceme zlato a umění vnímat stejnou optikou ve smyslu investičním a ne spekulativním, bylo by rozumné počkat několik měsíců až se ceny ustálí a vyhnout se případnému zlatému pádu.

¹⁹ Zdroj: BRONSON, Robert E., YATES, Anne V. *Marketclues* [online]. 2000 [cit. 2011-08-06]. Bronson Asset Allocation Cycles. Dostupné z WWW: <<http://www.marketclues.net:777/www.morphocycles.com/literature/BAAC.htm>>.

²⁰ Zdroj: VAVROŇ, Jiří. *Novinky* [online]. 2011 [cit. 2011-08-10]. Čechy zachvátila zlatá horečka kvůli znehodnocení úspor. Dostupné z WWW: <<http://www.novinky.cz/finance/241367-cechy-zachvatila-zlata-horecka-kvuli-znehodnoceni-uspor.html>>.

2.3 Hlavní rizika uměleckých investic

Riziko ekonomických, politických a sociálních činitelů je těžké předvídat a rozhodně může ovlivnit schopnost důvěry v investice do umění. Jako jakákoliv jiná investice i umění je ovlivňováno riziky, která se shodují s těmi klasickými, jako jsou inflace, vládní restrikce, daně, nebo změna spotřebitelských preferencí. Dále je výlučně pro umění charakteristické riziko trhu, pokud dojde k negativním jevům, jsou investoři více náchylní ztrácet důvěru a dělají unáhlená rozhodnutí.

Nejvýraznějšími riziky jsou zejména (Mamarbachi, Favato, 2008):

- Umění je dlouhodobá investice. Několik let se nemusí dít vůbec nic.
- Malá likvidita. Okamžitá přeměna na peněžní prostředky není samozřejmostí a je spíše vzácným jevem.
- Riziko s oceňováním. Jde o věc velmi subjektivní, je proto důležité nechat provést ocenění zkušeného odborníka na danou oblast. Cena, která je odhadnutá, se pak nemusí shodovat s cenou realizovanou při prodeji díla.
- Pojištění nemusí krýt veškerá rizika.
- Riziko padělání je také nutné vzít v potaz.
- Další rizika se týkají podílových fondů s uměním, ty mohou být nedostatečně zkušené a vytvořit špatné portfolio klesající na hodnotě.

Všemožné předměty umělecké hodnoty byly po staletí předmětem obchodu, nicméně je velmi problematické vnímat umění jako skutečnou komoditu, a to už z jeho podstaty, jak předznamenal úvod mé práce. Drahý obraz visí na zdi jako doklad bohatství a společenského statusu nebo ze sběratelských pohnutek. Sociální vnímání umění, které peníze a umění nerado spojuje, je hlavní překážkou, aby umělecký průmysl byl skutečně rovnocenným hráčem tradičního burzovního obchodu, kde jsou hlavním měřítkem peníze. Jde zejména o jeho vysokou volatilitu a malou likviditu, která tomu brání, jak dále uvádí ve své studii Mamarbachi a Favato.²¹

²¹ Zdroj: MAMARBACHI, Raya ; FAVATO, Giampiero . *Econpapers* [online]. 2008 [cit. 2011-08-21]. Evaluating art as an alternative investment asset. Dostupné z WWW: <<http://econpapers.repec.org/article/risjofit/0824.htm>>.

2.4 Cena uměleckého díla

Je třeba znovu rekapitulovat a rozšířit odlišnosti, které jsou charakteristické pro trh s uměním. Každý umělec je unikátní, tedy nenahraditelný. Jeho přístup na trh s uměním je většinou zprostředkovaný skrze prodejce, jakési dealery umění. Ať už to jsou aukční síně nebo specifické galerie, které vybírají díla k obchodování, jejich vkus ovlivňuje celý trh a cenu díla. Samotná role takového prostředníka je v mnoha ohledech velmi nákladná z hlediska fixních nákladů, jako je pojištění děl, distribuce, marketing a samotný proces hledání správného umělce.

Umění je jednoduše luxusní zboží, které se v mnoha ohledech podobá drahým vozům značky Ferrari. Limitovanost a exkluzivita automaticky zvyšuje jejich cenu. Cenu uměleckého díla ale ovlivňují další faktory, a to zejména ty, které se podobají výčtu z učebnic ekonomie: změny důchodu spotřebitelů, změny preferencí spotřebitelů, dostupnost a cenová politika dealerů s uměním a samozřejmě riziko padělání.

Pokud jde o jednotlivé cenové strategie, záleží na profitovém zacílení. Vysoké ceny jsou nastaveny u uměleckých děl, které vytvářejí vysoké zisky. Umělci, kteří jsou v této kategorii, produkují zpravidla omezenější nabídku než jejich méně atraktivní kolegové, kteří jsou nuceni produkovat masovější spektrum děl, jako jsou plakáty originálů a různé druhy „recyklace“ vlastního portfolio pro vytvoření požadovaného zisku. Mezní příjem jednoho takového díla je tedy o mnoho menší než u děl ze spektra zmíněného výše.²²

Hodnota uměleckého díla se skládá ze čtyř vnitřních elementů:

- Váhy umělcova jména, jeho věhlasu a známosti,
- Kvality samotného díla a stavu trhu, na kterém se dílo prodává,
- Makroekonomické situace.

K rozklíčování samotné oceňovací strategie z hlediska jména autora je nutné znát cenu, za kterou se prodala předešlá umělcova díla. Samotné dílo je posuzováno nejprve pragmaticky optickými kvalitami, velikostí, strukturou, obsahem, kvalitou a autenticitou.

²² Zdroj: Arttrust [online]. 2010 [cit. 2011-08-02]. Art in investment portfolios. Dostupné z WWW: <[http://www.arttrust.com.au/sites/default/files/Art as Investment and why you should consider art as part of any efficient portfolio.pdf](http://www.arttrust.com.au/sites/default/files/Art%20as%20Investment%20and%20why%20you%20should%20consider%20art%20as%20part%20of%20any%20efficient%20portfolio.pdf)>.

Makroekonomická situace je důležitá stejně jako znalost aktuálního stavu trhu, kde se střetává poptávka a nabídka. Nabídka je velmi neelastická, což vyplývá z její omezenosti.

Při stanovení ceny se vychází ze dvou nákladových položek.

- Nákladů produkčních. Diamantová lebka Damiena Hirsta s výrobními náklady 20 miliónů dolarů dokazuje, že je to vskutku nezanedbatelná položka.²³
- Prodejní náklady, které je nutné vynaložit v procesu začleňování nového umělce na trhu a jeho stabilizování a etablování.

Ocenit dílo lze například na serveru www.artprice.com, kde připraví návrh ceny v různých měnách, a doplní zprávu o graf historického vývoje hodnoty (viz příloha 4).

Pro představu o obrovských sumách, za které se prodávají nejdražší obrazy, uvádím statistiku „top 10“ za rok 2010 podle serveru www.artprice.com. V příloze 1 přikládám seznam 50 nejdražší prodáváných umělců za rok 2009/10.

Tabulka 2 Nejdražší prodané obrazy v roce 2010 podle artprice.com²⁴

Top 10 : the 10 best auction results in 2010				
Rank	Artist	Hammer Price	Artwork	Sale
1	Pablo PICASSO	\$95 000 000	Nude, Green Leaves and Bust	05/04/10 (Christie's NY)
2	Alberto GIACOMETTI	\$92 521 600	L'homme qui marche I	02/03/10 (Sotheby's London)
3	Amedeo MODIGLIANI	\$61 500 000	Nu assis sur un divan	11/02/10 (Sotheby's NY)
4	Andy WARHOL	\$56 500 000	Men in her life	11/08/10 (Phillips de Pury NY)
5	Alberto GIACOMETTI	\$47 500 000	Grande tête mince (1954)	05/04/10 (Christie's NY)
6	Amedeo MODIGLIANI	\$46 650 450	Tête	06/14/10 (Christie's Paris)
7	Pablo PICASSO	\$45 814 900	Portrait d'Angel Fernandez de Soto	06/23/10 (Christie's London)
8	Henri MATISSE	\$43 500 000	Nu de dos, 4 état (Back IV)	11/03/10 (Christie's NY)
9	Joseph Mallord William TURNER	\$40 211 100	Modern Rome-Campo Vaccino	07/07/10 (Sotheby's London)
10	Gustav KLIMT	\$38 284 800	Kirche in Cassone...	02/03/10 (Sotheby's London)

Pohled na strukturu dražených předmětů na světových aukcích přikládám v příloze 3.

²³Dílo se nakonec podařilo prodat za 100 miliónů dolarů investičnímu fondu, který nebyl jmenován Zdroj: *Artnewsblog* [online]. 2007 [cit. 2011-07-20]. Diamond Skull by Damien Hirst. Dostupné z WWW:

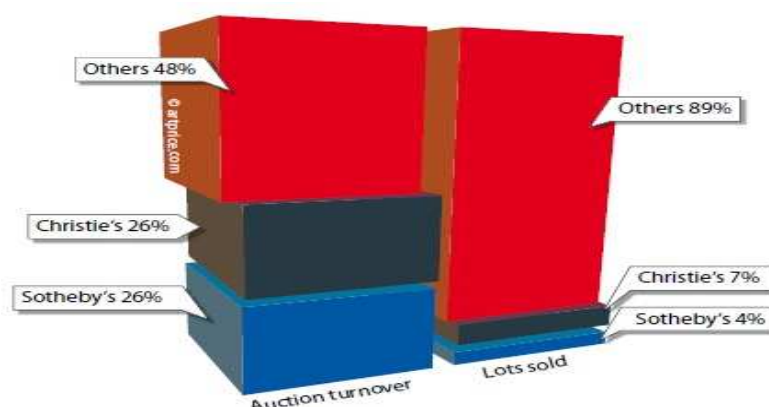
<<http://www.artnewsblog.com/2007/06/diamond-skull-by-damien-hirst.htm>>.

²⁴Zdroj: *Artprice* [online]. 2011 [cit. 2011-07-06]. The best-ever 2010 auction results. Dostupné z WWW:

<<http://web.artprice.com/AMI/AMI.aspx?id=OTY5MDg0NjA1ODc3Mzk=>>>.

Aukční trh s uměním se nejvíce podobá klasickému oligopolu s několika významnými hráči, kteří mají moc cenu vytvářet. Z toho všeho je patrná určitá netransparentnost. Umění podléhá sezónnosti a módnosti, je proto velice důležité investici prověřovat na základě mnoha ukazatelů. Následující obrázek ukazuje poměr na celkovém obratu aukčních prodejí výtvarného umění. Největší aukce Christies a Sotheby prodali za rok 2010 11 % všech dražených položek na světě, což však představovalo více jak poloviční objem celkových tržeb.

Obrázek 4 Poměr celkových dražených položek a tržeb, který připadá dvěma největším aukčním síním²⁵



3 Formy vstupu do investičních vod s uměním

Pokud se rozhodneme investovat do umění, nabízejí se dvě základní formy vstupu. Je třeba zvážit, zda zvolit formu sběratelství, která je mnohem častější, a zhodnocovat prostřednictvím prodeje v aukčních domech, či privátně. Pokud bychom se rozhodli prodávat dílo na zahraniční aukci, je nutné si obstarat povolení vývozu pro dílo dražší než 30 tisíc Kč. Pokud by ho Ministerstvo kultury uznalo za národní památku, máme jednoduše smůlu.²⁶

Důležité je i fundované poradenství, např. významných galerií. Sofistikované poradenství nabízejí i významné bankovní instituce. V České republice podobnou službu nabízí zatím jen UnitCredit Bank, jde především o nezávislou poradenskou činnost, samotní poradci se podle článku Jana Skřivánka ze severu Art+ ohrazují proti investičnímu chápání umění a zdůrazňují, že jde především o koordinační práci mezi klientem a dalšími zprostředkovateli. Dále vyzdvihují smysl sběratelství a emocionální vztah k umění, bez nějž

²⁵ Zdroj: Zdroj: Artprice [online]. 2010 [cit. 2011-08-16]. Art market trends. Dostupné z WWW: <http://imgpublic.artprice.com/pdf/trends2010_en.pdf>.

²⁶ Zdroj: Penize [online]. 2011 [cit. 2011-07-15]. Investice do umění (2): O prodeji díla uvažujte již při jeho koupi. Dostupné z WWW: <<http://www.penize.cz/investice/195809-investice-do-umeni-2-o-prodeji-dila-uvazujte-jiz-pri-jeho-koupi>>.

je investování do umění ochuzené o ten nejkrásnější požitek z budování sbírky. V zahraničí překračují bankovní instituce hranici poradenských služeb a dále se angažují v uměleckém světě v podobě účasti na veletrzích, výstavách a sponzoringové práci. V Čechách jsou tyto projekty zatím v plenkách.²⁷

Druhou hlavní formou je vložení prostředků do spravovaných fondů, které zatím existují jen v zahraničí. Obecně vklady začínají na šesticiferných dolarových hodnotách. Hlavní nevýhodou je ztráta kontaktu s uměleckým dílem a malá osobní participace. V následující tabulce je výčet kladů a záporů těchto dvou investičních forem.

Tabulka 3 Výhody fondů a sběratelství²⁸

Investice - Fondy	Soukromé sběratelství
výhody	výhody
koncentrace vědomostí a zkušeností	potěšení z vlastní sbírky
informace zevnitř trhu	osobní strategie
malé transakční náklady	uměním diverzifikované portfolio
aktivní správa aktiv	nevýhody
uměním silně diverzifikované portfolio	vysoké transakční náklady
nevýhody	malá znalost vnitřního trhu
malá osobní participace	nutnost poradenství
někdy rigidní a neprůhledná strategie, vysoká vstupní částka	nedostatek zkušeností

Podle serveru Arttrust.com jsou manažeři investičních fondů velmi často i investory, zejména pro zvýšení důvěry a kredibility. Jsou tak motivováni vytvářet kvalitní portfolia, spíše než když jsou odměňováni nezávisle na výkonnosti fondu. Samotný investor potom přispívá do fondu obvykle částkou kolem 250 000 dolarů. Ta je investována do velmi známých uměleckých děl a autorů, nebo je silně rozprostřena a diverzifikována mezi různorodá díla. Po dobu pěti až deseti let ji investor zpravidla nemůže vybrat.

²⁷ Zdroj: SKŘIVÁNEK, Jan. *Artplus* [online]. 2011 [cit. 2011-08-17]. Sběratelství jako investice. Dostupné z WWW: <<http://www.artplus.cz/cs/aukcni-zpravodajstvi/1/sberatelstvi-jako-investice>>.

²⁸ Zdroj: Arttrust [online]. 2010 [cit. 2011-08-02]. Art in investment portfolios. Dostupné z WWW: <[http://www.arttrust.com.au/sites/default/files/Art as Investment and why you should consider art as part of any efficient portfolio.pdf](http://www.arttrust.com.au/sites/default/files/Art%20as%20Investment%20and%20why%20you%20should%20consider%20art%20as%20part%20of%20any%20efficient%20portfolio.pdf)>.

Problémem fondů se může jevit obtížnost oslovit sběratele, kteří nejsou motivováni finančně, ti radši zvolí soukromou formu sběratelství. Pokud je hlavní motivací zvýšení hodnoty v čase, tak volí snáze možnost vkladu do uměleckého investičního fondu, který za ně vhodná díla k tomuto účelu vybere.

3.1 Podílové fondy s uměním

Může se zdát, že idea fondů zabývajících se uměním je velmi jednoduchá - z prostředků investorů nakupovat umělecká díla a následně je za několik let prodat se ziskem. Tak jednoduché to samozřejmě není, je třeba koordinovat mnoho činností. Tato forma vstupu do investičního uměleckého moře je obvyklá především v zahraničí, v Čechách se vstup podílových fondů teprve očekává, u nás lze obchodovat v aukčních domech a skrze galerie. Vyjmenuji základní úkoly manažerů podílových fondů podle serveru Arttrust.com.

3.1.1 Úkoly manažerů podílových fondů

- Zhodnocovat základní kapitál.
- Komunikovat s investory.
- Shromažďovat a vybírat vhodná díla.
- Nákup děl z privátních sfér, komerčních galerií nebo aukcí.
- Koordinovat logistiku celé věci - uchování děl, transport, udržovat je v bezpečí a to i co se týče klimatických podmínek a zajistit pojištění.
- Domlouvat pronájem do muzeí a galerií, kde jsou díla v podstatě skladována a zároveň plní svůj účel lahodit oku diváka. V trezorech je to možné jen těžko.
- Dbát na všechny předpisy a vládní nařízení.
- A zejména sledovat pohyb trhu a rozhodnout, kdy je vhodný čas pro prodej uměleckého díla.
- Následně rozdělit profit investorům, aukčním domům a daňovým úřadům.

3.1.2 Poslání podílových fondů s uměním

Klasické investiční fondy s uměním mají za úkol zvyšovat hodnotu diverzifikovaného portfolia jeho cenovou apreciací v čase. Dalším příjmovým faktorem může být pronajímání umění nebo odkup a postupné splácení celé umělecké sbírky. Na počátku vytvoření takového

fondů se stanoví jeho politika ve smyslu objemu peněz, který se bude investovat, na jaký typ umění se fond zaměří apod. Manažeři poté pomocí aktivního spravování portfolia a vyhledávání tržních příležitostí a sledováním trendů přidávají celému portfoliu hodnotu. Jejich základním cílem je primárně vytvoření zisku, nikoliv budování sběratelské edice.

Investiční fondy s uměním čelí mnoha překážkám, stejně jako klasické fondy i ony jsou unášeny větrem globální ekonomiky a v posledních letech i její recesí, je proto těžké přilákat nové investory, existuje hrozba nepřiměřených výdajů na díla, která mohou být na aukcích přeceněna a je nutné počítat s náklady na správu a management.²⁹

3.1.3 První hedge fond s uměním

První hedge fond vzniknul v roce 1949 ve snaze neutralizovat negativní pohyby trhu vhodnou skladbou investičních strategií, která ho zajišťovala proti riziku. První hedgeový fond zaměřený na umění vzniknul v roce 2007 pod jménem Art Trading Fund. Fond byl velmi ambiciózním projektem slibujícím až 30% návratnost během tří let. Díky své agresivní krátkodobé strategii a korelační politice portfolia s celým trhem s uměním šlo skutečně o první fond svého druhu. Podle názorů odborníků šlo však o nedokonalou formu hedgeového fondu právě pro jeho špatnou korelaci derivátů umění s uměleckým trhem. Podle představitelů fondu mělo jít až o 96% korelační shodu. Jedním z derivátů byly např. akcie aukční síně Sotheby, které však mohly reagovat i na jiné události než jen na trhu s uměním, ale i na klasickém burzovním trhu, což se také stalo s pádem banky Lehmann Brothers. Fond zaniknul likvidací v roce 2009.³⁰

Velký počet fondů, které existovaly před pádem Lehmann Brothers, měl podobný osud, dnes se jejich počet odhaduje na zhruba tři desítky.

3.2 Historie uměleckých fondů

Počátkem 19. století byl trh s uměním čistě otázkou vášně a sběratelství, investiční charakter se mu ještě přisuzovat v plné míře nedal. V roce 1850 se začaly projevovat první náznaky budoucího rozkvětu, byly vytvořeny první spolky zabývající se prodejem a nákupem uměleckých děl jako La Peau de L'Ours, který podporoval mladé umělce na počátku impresionismu. Postupně se i trh s uměním stával čím dál více sofistikovaným, The British

²⁹ Zdroj: Umění jako investice/Magazín Art+Antiques 2008/05.

³⁰ Zdroj: Ftadviser [online]. 2009 [cit. 2011-08-02]. Art investment firm to close. Dostupné z WWW: <<http://www.ftadviser.com/FTAdviser/Investments/News/article/20091217/1ad85da0-e96d-11de-8ea1-00144f2af8e8/Art-investment-firm-to-close.jsp>>.

Rail Pension Fund byl jeden z prvních, které masivně investovaly do umění mezi lety 1974 až 1989.³¹ Investoři si postupně začali uvědomovat důležitost diverzifikování portfolia, aby minimalizovali riziko. Současné trendy již umění vnímají jako významnou složku portfolií. Pokud bychom se ale podívali na situaci v České republice, je zde ještě mnoho ke zlepšení, a to zejména v možnostech zvýšení povědomí majetných podnikatelů. Více se tomuto tématu věnuji v kapitole o nově vzniklém projektu Artbanky, která má za cíl pomoci mladým umělcům na počátku kariéry a rozpohybovat trh s uměním.

3.2.1 La Peau de l'Ours a další

La Peau de l'Ours vznikl ve Francii na začátku 20. století, kdy finančník André Lev shromáždil peníze od 12 velkých investorů a koupil víc než 100 moderních uměleckých děl. Ve sbírce byla tak věhlasná jména jako Picasso, Matisse nebo Van Gogh. Když tyto obrazy prodal za deset let na aukci v roce 1914, investoři obdrželi čtyřnásobek svého vkladu. V roce 1970 vznikl Britský Rail Pension Fund, který nakoupil středověké umění, čínskou keramiku, staré mistry, impresionisty, africké původní umění, knihy a skripta. Vykazoval návratnost 11,3 %. Mezi lety 1987 až 1999 na aukcích svou sbírku prodal s velmi dobrými výsledky, ačkoliv byla jeho činnost pozastavena. Podle rozhodnutí tamních úřadů by penzijní fond neměl participovat na obchodu s uměním.³²

4 Měření výkonnosti umění

To, co se investorům snaží usnadňovat rozhodování, jsou především indexy, které po vzoru burzovních indexů shromažďují data za uskutečněné prodeje. Problémem těchto indexů je především fakt, že se do nich započítávají jen prodeje, které se uskuteční v aukčních domech. Vzniká tak slepá zóna obchodů, které se uskuteční mezi jednotlivými sběrateli osobně. V následujícím přehledu uvádím nejvýznamnější z nich.

4.1 Mei and Moses Index

„Tento index je vypočítáván z rozdílu v ceně při prvním a opětovném aukčním prodeji. Analytici sledují dostupná aukční data od roku 1875 a podařilo se jim nashromáždit údaje o více než 12 tisících takovýchto prodejů. V posledních dvou letech umění podle Mei

³¹ Zdroj: *Caslon* [online]. 2008 [cit. 2011-08-01]. Artfund note. Dostupné z WWW: <<http://www.caslon.com.au/artfundsnote2.htm>>.

³² Zdroj: TRUCO, Terry. *Nytimes* [online]. 1989 [cit. 2011-08-06]. British Pension Fund Sells \$65.6 Million in Artworks. Dostupné z WWW: <<http://www.nytimes.com/1989/04/05/arts/british-pension-fund-sells-65.6-million-in-artworks.html>>.

Moses Indexu vykazovalo vyšší zhodnocení než akcie, dlouhodobý graf popisující vývoj trhu s uměním za posledních padesát let ale přibližně kopíruje křivku burzovního indexu S & P 500.

Opětovné prodeje se na první pohled zdají být nejspolehlivějším indikátorem trhu, zvolená metodologie má však řadu nedostatků. Na jedné straně trh podceňuje – největších zisků lze dosáhnout při prvním aukčním prodeji díla pořízeného přímo od umělce, na straně druhé, a to je vážnější problém, nezohledňuje náklady spojené s „držením“ uměleckého díla, jež jsou ve srovnání s akciemi mnohem vyšší, a ignoruje neúspěšné pokusy o opětovný prodej.“³³

Pokud jsme například koupili obraz za 50 tisíc Kč v roce 1990 a prodali ho v roce 2000 za 200 tisíc Kč, celková návratnost investice činí 200 % za 10 let, roční průměrná návratnost je tedy 10 %. Průměrná hodnota však napřímila skutečný nelineární vývoj do úhledné, ale nerealistické přímky. Čelit se tomu pokouší právě index Mei and Moses. Zjednodušený obraz jeho výpočtu uvádí Matthew Spiegel, profesor financí z Yaleské univerzity.³⁴

Příklad

Obraz A se prodal v roce 1 a 3 s průměrnou návratností 5 % ročně (tedy 10 % zhodnocení za oba roky), obraz B se prodal v roce 2 a 3 s návratností 3 %. Nyní se odhaduje návratnost umění (A i B) mezi lety 2 a 3 na 3 % (což přesně odpovídá zhodnocení obrazu B v tomto roce), dále se odhaduje zhodnocení umění mezi lety 1 a 2. (3 % + 7 % = 10 %, což odpovídá i celkovému zhodnocení obrazu B), tedy odhadujeme návratnost 7 % mezi lety 1 a 2. Index by vypadal následovně.

Rok 1: 100

Rok 2: 107 (+7 %)

Rok 3: 110,21 (+3 %)

Ve skutečnosti index operuje s více než 13 tisíci opakovanými párovými prodeji, matematický model Mei and Moses je tedy ve výše uvedeném příkladu skutečně jen velmi zjednodušeně naznačený.

³³ Zdroj: Umění jako investice/Art+Antiques 2008/05.

³⁴ Zdroj: SPIEGEL, Mathew. *Som.yale.edu* [online]. 2004 [cit. 2011-08-16]. Selected Art Indices. Dostupné z WWW: <<http://som.yale.edu/~spiegel/art/selectedindices.html>>.

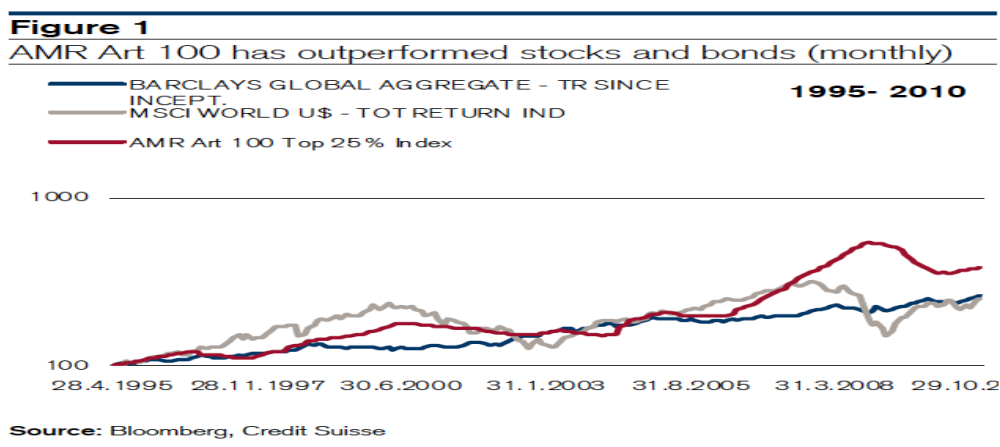
4.2 AMR-Art Market Research

Art Market Research má na svědomí od roku 1985 vznik 500 indexů, které sledují různá výtvarná odvětví od obrazů evropských mistrů po čínské vázy a drahé kameny. Na jejich serveru se uživatel může zaregistrovat a zaplatit si přístup ke všem těmto údajům. Toho využívají významné instituce včetně aukčních domů a bank. Indexy jsou publikovány napříč nejčtenějšími periodiky, v The Sunday Times, The Economist, Business week aj. Hodnoty jsou generovány na základě přesných požadavků klienta v dané měně, při různé inflaci, a tak varíují na 100 000 jedinečných indexů. Pro představu uvádím výřez z volně dostupné statistiky na webu art market search (viz příloha 7).

4.3 AMR Art 100

AMR Art 100 je index pojímající obchod s uměním napříč formami od obrazů, soch po viny a auta. Je stejně jako předchozí index dílem art market research. Ukazuje tedy výkonnost přibližně 400 druhů alternativních forem „uměleckých“ investic a indexuje 25% top prodejů z tohoto koše. Na rozdíl od indexu Mei and Moses je aktualizován na měsíční bázi. V posledních letech tento trend přilákal mnoho investorů, zvláště v porovnání s akcemi a dluhopisy, ty reprezentuje index Barclays global aggregate a MSCI World. Nutno opět zdůraznit, že umění je zejména doplňkovým a vyvažujícím artiklem v portfoliích investorů. Umění jako investice by se dalo podle článku Art Market Monitor připodobnit k závodům formule jedna, zatímco ostatní, klasické burzovní formy, potom reprezentují široký automobilový průmysl.

Obrázek 5 Srovnání výkonnosti umění oproti burzovním indexům³⁵

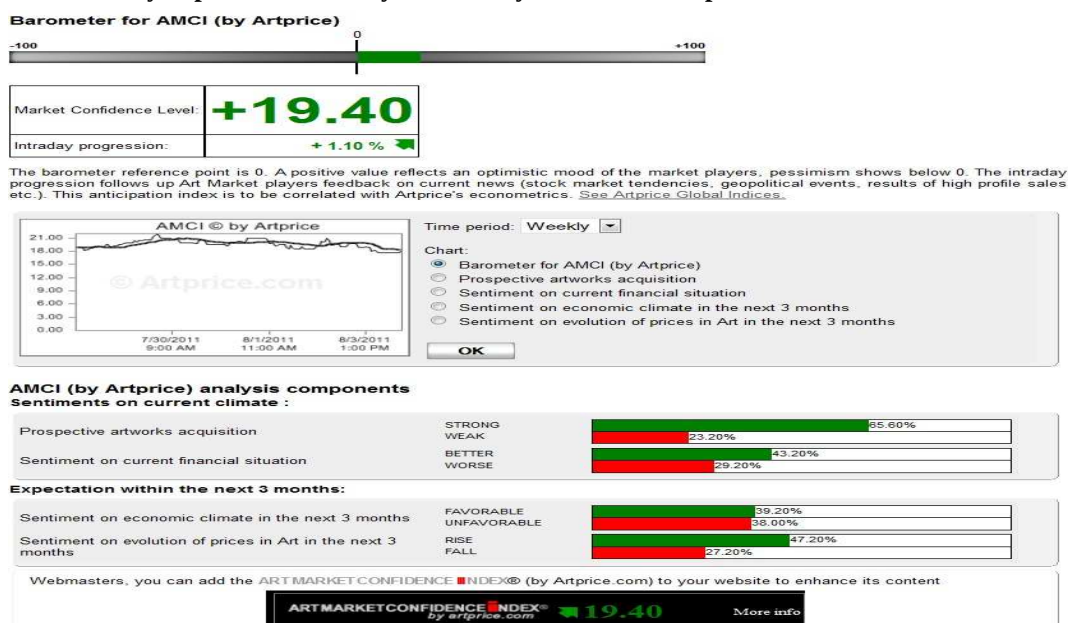


³⁵ Zdroj: Archive.aweber [online]. 2011 [cit. 2011-08-01]. Much Ado About Art Funds. Dostupné z WWW: http://archive.aweber.com/amm-weekly/11URJ/h/Art_Funds_Get_a_Moment_in_the.htm.

4.4 Artprice.com

Vlivným webovým projektem zachycujícím výkonnost umění je server artprice.com. Vyzkoušel jsem, co nabízí řadovému uživateli po registraci. Autoři webu přišli s vlastním indexem reflektujícím důvěru v umělecký trh „Art market confidence level“, a to na základě odpovědí uživatelů na pět otázek týkajících se jejich postoje na vhodný čas ke koupi umění, jejich finanční stability, dále je odpovídáno na očekávaný stav financí v nadcházejících 3 měsících a v poslední řadě je zkoumán názor na pohyb cen umění. Registrovaní uživatelé³⁶ reprezentují širokou obec obchodníků s uměním, sběratelů i nadšenců, takže jejich odpovědi jsou relevantní. Indexuje se od roku 2008. Pro představu uvádím náhled na stav ze dne 4. 8. 2011.³⁷ Pouze posledních 1000 odpovědí se kalkuluje do indexu tak, aby výsledky byly vždy aktuální. Náhled samostatného indexu sledujícího vývoj holandských mistrů v příloze 7.

Obrázek 6 Ukázka výstupu indexu důvěry v umělecký trh serveru artprice.com³⁸



4.5 Český index výkonnosti umění Art+

„Index ART+ je vypočítáván na základě obratu, výše cenových nárůstů a hodnoty neprodaných položek. Převádí tak na jediný údaj několik klíčových kategorií, které slouží k

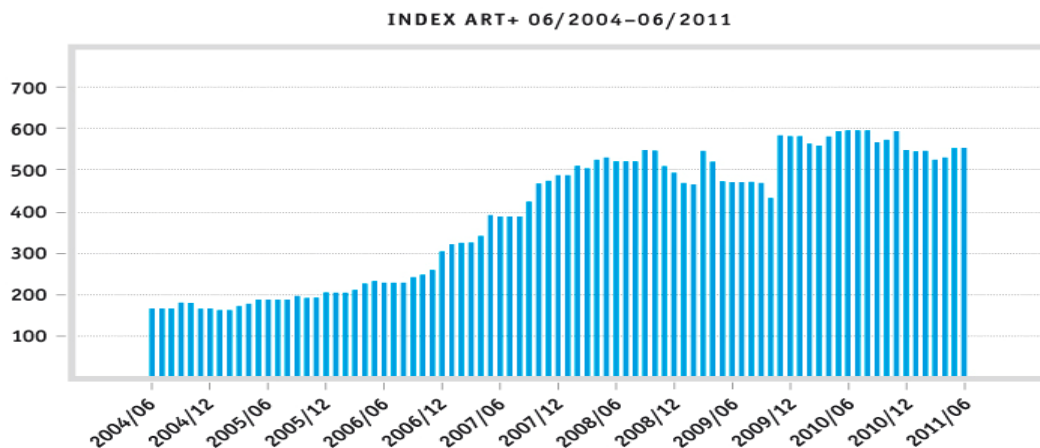
³⁶ Registrovaných uživatelů je přes 1,3 miliónu celosvětově.

³⁷ Zdroj: Artprice [online]. 2011 [cit. 2011-07-30]. Confidence market index. Dostupné z WWW: <http://web.artprice.com/amci/login.aspx?target=amci>.

³⁸ Zdroj: Artprice [online]. 2011 [cit. 2011-07-30]. Confidence market index. Dostupné z WWW: <http://web.artprice.com/amci/login.aspx?target=amci>.

popisu trhu. Vysoké procento neprodaných položek i to, zda se dílo prodá za vyvolávací cenu, nebo s výrazným cenovým nárůstem, jsou přitom pro popis trhu stejně důležité jako obrat.“³⁹

Obrázek 7 Český index Art+



„Index ART+ je primárně určen zájemcům o trh s uměním, kteří na umění pohlíží jako na jeden z alternativních investičních nástrojů. Trh s uměním nikdy nebude zcela logický a racionální, neboť umění je ze samé své podstaty těsně spjato s emocemi. Index ART+ dává investorům do ruky analytický nástroj, jak své vlastní rozhodování maximálně racionalizovat. Klíčovou dovedností každého investora je schopnost odhadnout vhodnou chvíli ke koupi či prodeji uměleckého díla. Správné čtení atmosféry na trhu v tom hraje velmi důležitou roli. Index ART+ je cenný v tom, že představuje objektivní způsob popisu trhu.“⁴⁰

5 Současné pokroky a trendy

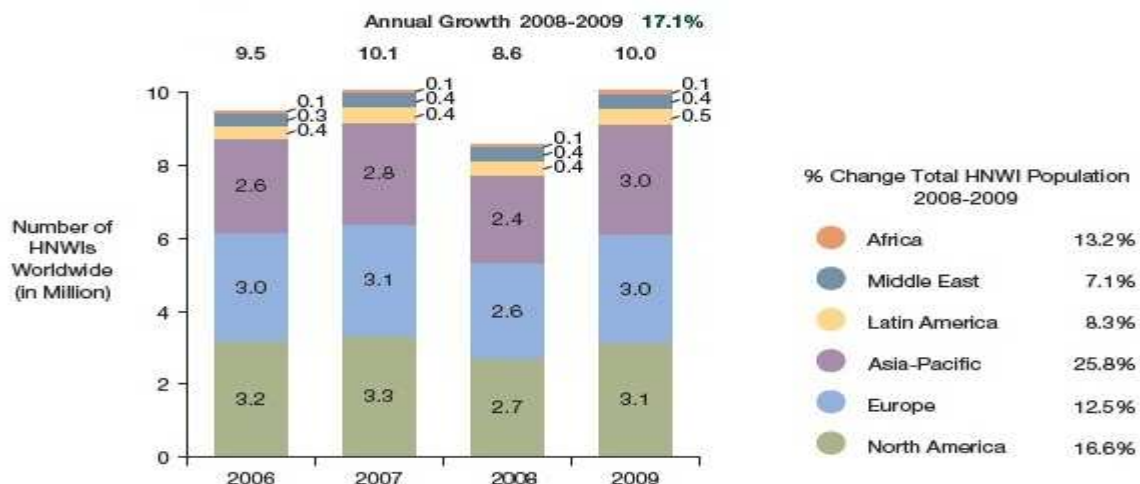
Skutečný boom fondů s uměním započal na počátku jednadvacátého století, kdy vzniklo kolem padesáti nových institucí s ambicí zhodnotit peníze na spekulacích s uměním.

Podpořily to odhady rostoucího počtu vysoce příjmových jednotlivců, kteří disponují investičním majetkem přesahujícím jeden milión dolarů (dále jen HNWI - High Net Worth Individuals). HNWI jsou hlavním hybatelem a benzínem k pohonu motoru uměleckých investic. Jak uvádí zpráva „World Wealth Report 2010“ poradenské společnosti Capgemini, meziroční nárůst HNWI mezi roky 2008 a 2009 byl 17,1 %. Celkově se odhaduje počet HNWI na 10 miliónů osob.

³⁹ Zdroj: Artplus [online]. 2011 [cit. 2011-08-06]. Index trhu. Dostupné z WWW: <<http://www.artplus.cz/cs/index-trhu/>>.

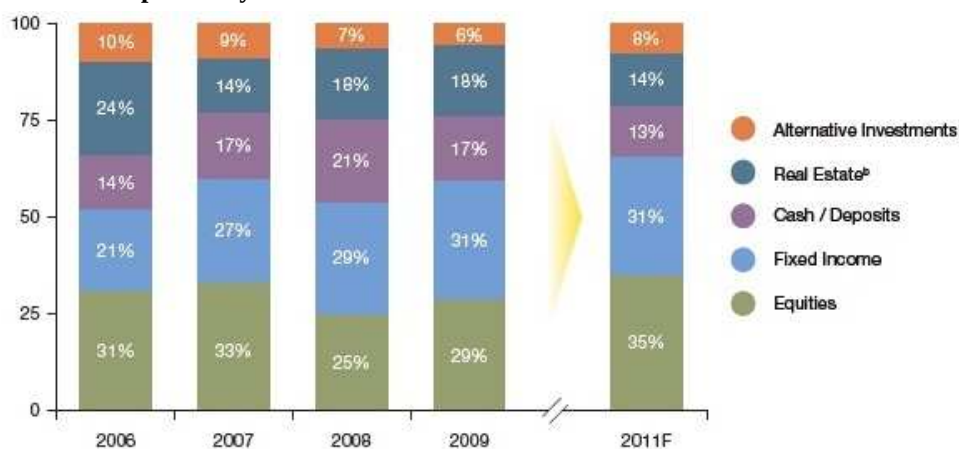
⁴⁰ Zdroj: Artplus [online]. 2011 [cit. 2011-08-06]. Index trhu. Dostupné z WWW: <<http://www.artplus.cz/cs/index-trhu/>>.

Obrázek 8 Roční nárůst vysoce příjmových osob⁴¹



Zpráva „World Wealth Report 2010“ dále uvádí statistiku struktury aktiv, které jsou ve vlastnictví HNWI. Část alternativních investic zahrnuje i umění. Detailnější pohled nabízí graf struktury „passion“ investic, tedy investic učiněných s intencí požitku. Podle zprávy je až 30 % těchto investic vkládáno do umění za účelem ochrany bohatství proti inflaci. Nejvíce v Evropě a Latinské Americe. Ekonomická krize podle zprávy změnila preference investic požitku na „investiční sběratelství“. Lidé se jednoduše snaží spojit příjemné s užitečným a uchovávají své bohatství ve hmatatelných statcích, ke kterým mají nějaký vztah. Koncem roku 2009 již bylo podle údajů patrné oživení aukčních prodejsů a celkový zájem a fundované investiční poradenství.

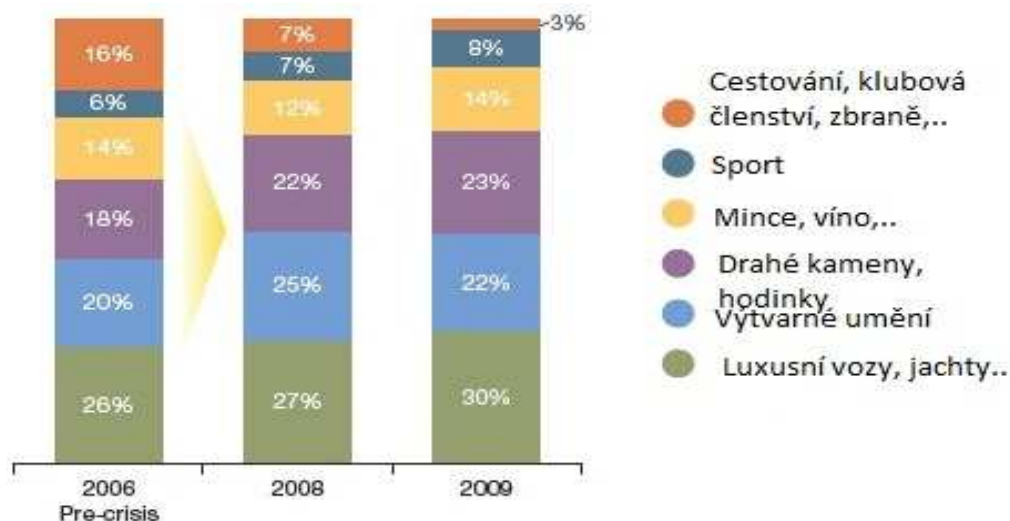
Obrázek 9 Struktura požitkových investic HNWI⁴²



⁴¹ Zdroj: Capgemini [online]. 2011 [cit. 2011-08-17]. World Wealth Report 2010. Dostupné z WWW: <http://www.capgemini.com/insights-and-resources/by-publication/world-wealth-report-2010/>.

⁴² Zdroj: Capgemini [online]. 2011 [cit. 2011-08-17]. World Wealth Report 2010. Dostupné z WWW: <http://www.capgemini.com/insights-and-resources/by-publication/world-wealth-report-2010/>.

Obrázek 10 Rozložení portfolia vysoce příjmových jednotlivců⁴³



„World Wealth Report 2010“ dále uvádí statistiku, ve které je vyjádřen rostoucí počet ultra dolarových multimilionářských domácností UHNWI s bohatstvím přesahujícím 50 miliónů dolarů. V roce 2010 jich podle údajů existovalo na 80000.⁴⁴ Fondy s uměním tak očekávají díky HNWI a UHNWI vytvoření dostatečné likvidity ke spravování rostoucích investičních portfolií.

5.1 Fine Art Group - nejúspěšnější podílový fond s uměním aneb když se to dělá dobře

Ve světle nezdarů, které vyčtu o kapitulu níže, se může jevit vstup na trh s uměním velmi rizikový, důležitý moment pro získání důvěry je co největší míra transparentnosti. Jak jsem několikrát uvedl, subjektivní faktory hrají prim. Atraktivita trhu je pak podložena zajímavými čísly, podle londýnského Fine Art Fondu dosáhly prodaná díla od roku 2004 ročně 33% zhodnocení. V následující tabulce uvádím zhodnocení investice 1 milión dolarů ve Fine Art Fund mezi roky 2005 - 2009. Umění v čele investičního pelotonu.

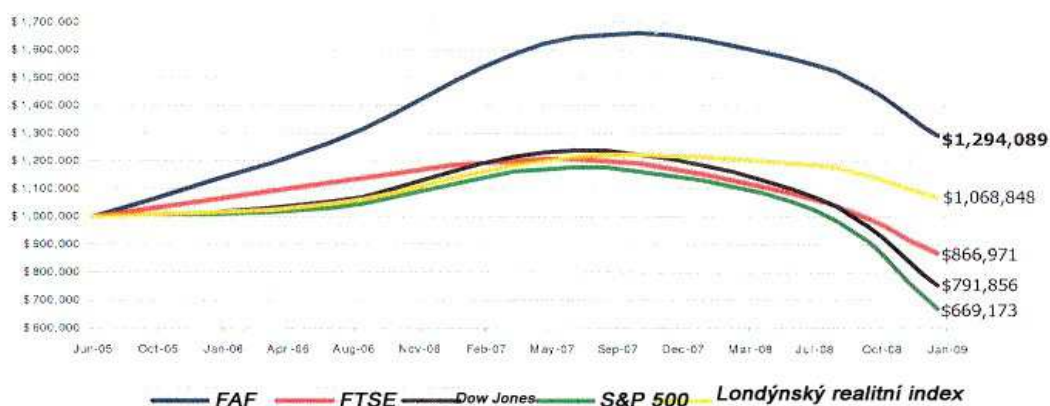
Obrázek 11 Srovnání výnosnosti umění s ostatními aktivy podle indexu Fine Art Fund⁴⁵

⁴³ Zdroj: Capgemini [online]. 2011 [cit. 2011-08-17]. World Wealth Report 2010. Dostupné z WWW: <<http://www.capgemini.com/insights-and-resources/by-publication/world-wealth-report-2010/>>.

⁴⁴ Zdroj: Vrl-financial-news [online]. 2010 [cit. 2011-07-10]. Credit Suisse estimates 61% global wealth jump. Dostupné z WWW: <<http://www.vrl-financial-news.com/wealth-management/private-banker-intl/issues/pbi-2010/pbi-265/credit-suisse-estimates-61-gl.aspx>>.

⁴⁵ Zdroj: High interest deposits [online]. 2009 [cit. 2011-07-22]. Cross market comparison of 1 milion investment. Dostupné z WWW: <<http://www.high-interest-deposits.com/images/art-graph.gif>>.

Srovnání výnosnosti investice 1 miliónu dolarů různých investičních ukazatelů



Vysvětlivky ke grafu viz poznámka pod čarou.⁴⁶

Jedním z nejúspěšnějších fondů je právě Fine Art Fund Group, největší fond spravující kapitál okolo 100 miliónů dolarů, je rozdělen do 4 soběstačných frakcí. Fine Art Fund Group byl založen v roce 2002 Philipem Hoffmanem, bývalým finančním ředitelem aukční síně Christies. Prvním z „rodinných“ fondů byl Fine Art Fund I, pro vklady byl fond uzavřen v roce 2005 a aktuálně operuje s vnitřním výnosovým procentem 15 % a průměrným zhodnocením prodaných děl 34 %. Následoval Fine Art Fund II, který navazoval na úspěch svého předchůdce, vnitřní výnosové procento 4 %, zhodnocení prodaných děl 29 %, pro vstup investic uzavřený v roce 2008. Následoval Fine Art Fund III. Strategie těchto fondů spočívá ve velmi fundovaném jádru odborníků, podle statistik jejich webových stránek se o namixování správného portfolia stará 35 odborníků s mnohaletou praxí v umění a finančnictví.⁴⁷

Základní charakteristika fondu:

- Minimální investice v hodnotě 250 000 dolarů.
- Žádné dílo nebude tvořit více jak 15 % celkového portfolia, pokud má dílo hodnotu přesahující 7 %, je třeba tuto investici projednat radou fondu.

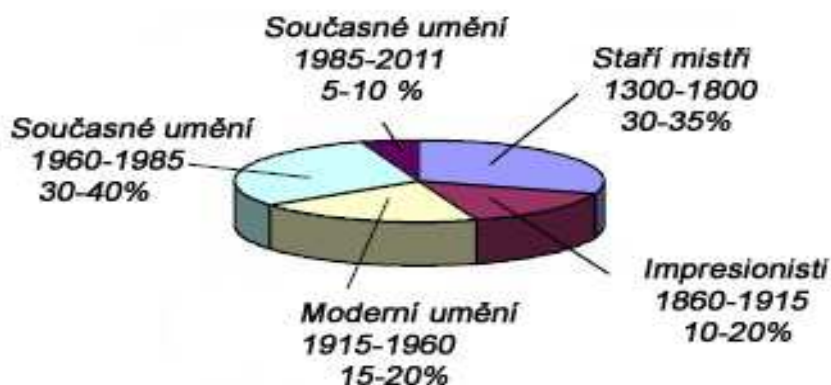
⁴⁶ **Financial Times Stock Exchange 100 (FTSE)** zahrnuje sto společností s nejvyšší tržní kapitalizací, které sídlí ve Velké Británii a jejichž akcie se obchodují na londýnské burze (London Stock Exchange). Společnosti zahrnuté v tomto indexu představují asi 80 % celkového britského akciového trhu. Index vznikl k 3. lednu 1984 a jeho hodnota byla stanovena na 1000 bodů. Index FTSE 100 dosáhl svého maxima 30. prosince 1999, kdy hodnota dosahovala výše 6950,6 bodu. Největší propad zaznamenal tento index 19. října 1987, a to o 10,84 %. (zdroj: Wikipedia [online]. 2010 [cit. 2011-08-04]. FTSE 100. Dostupné z WWW: <http://cs.wikipedia.org/wiki/FTSE_100>.)

FAF= Fine Art Fund Index

⁴⁷ Zdroj: *High interest deposits* [online]. 2009 [cit. 2011-07-22]. Fine art iii. Dostupné z WWW: <<http://www.high-interest-deposits.com/art-fund.html>>.

- Diverzifikační koláč, který nastavuje politiku struktury portfolia. Hlavní část tvoří současní umělci z let 1960 -1985, další třetinu pak staří mistři z let 1300 -1800.

Obrázek 12 Podoba rozložení investičního portfolia Fine Art Fund⁴⁸



5.2 Nezdary na poli uměleckých investic

Statistika menších investičních fondů s uměním naznačuje, že jen zlomku z nich se skutečně podařilo vytvořit zisk. Proč tomu tak je? Po prostudování rozličných materiálů, zejména ze studie Mamarbachioho a Favata, jsem vybral tyto základní příčiny, kterou vedou k neúspěchu.

5.2.1 Důvody neúspěchu

Úspěch na poli fondů s uměním má několik základních překážek způsobujících neefektivitu hospodaření fondu, které musí vlastníci překonat, několik z nich nastínil expert neúspěšného podílového fondu s uměním (Osian fund) Neville Tuli v rozhovoru pro server moneylife, které doplňuji o předchozí závěry. Jsou jimi zejména:⁴⁹

⁴⁸ Zdroj: *High interest deposits* [online]. 2009 [cit. 2011-07-22]. Fine art ii. Dostupné z WWW: <<http://www.high-interest-deposits.com/images/art-graph.gif>>.

⁴⁹ Zdroj: PILLAY, Amritha. *Moneylife* [online]. 2010 [cit. 2011-08-07]. Osian Art Fund failed to live up to expectations, says Tuli. Dostupné z WWW: <<http://www.moneylife.in/article/osian-art-fund-failed-to-live-up-to-expectations-says-tuli/3088.html>>.

V roce 2006 vzniknul první fond, který se věnoval sbírce současného indického umění. Jeho nezdar byl podle analytiků způsoben několika faktory, které se dají vysledovat u dalších fondů, které neuspěly. Slibný začátek a velký příslib návratnosti, to je jejich společný jmenovatel. Indický fond pracoval s čísly okolo 35 - 40% zhodnocení, která vypadala více než přesvědčivě v době, kdy byly aukční síně namalované úspěchem indických děl. Jenže následovala světová krize a sjezd po tobogánu. Indický fond jednoduše naskočil na úplném vrcholu a pak už se jen vezl. Nepomohla tomu ani velmi krátká doba uzamčení investic 36 měsíců, po kterou investoři nesměli vybrat své prostředky a dále nedůvěra zapříčiněná malou likviditou. Zdroj: *Moneycontrol* [online]. 2010 [cit. 2011-08-10]. Osian Art Fund: The broken paddle. Dostupné z WWW: <http://www.moneycontrol.com/news/business/osianartfundthebrokenpaddle_438841-5.html>.

- **Nízká úroveň transakcí** neboli jejich uskutečňovaný počet. Na finančních trzích se transakce uskutečňují každý den, na trhu s uměním je téměř polovina uskutečňovaná aukčními domy ve stanovené dny v několikaměsíčních intervalech.
- **Neexistence jednoho centrálního zdroje informací** pro prodejce a nakupující. Počet prostředníků, kteří poskytují hledané informace, je rostoucí, nicméně nedostatek informací ohledně výkonnosti uměleckých investic je problematický.
- **Muzejní faktor** neboli fakt, že muzea a umění, které vystavuje, je pod přísnými pravidly dále prodáváno a je proto mnohdy velmi nesnadné nebo nemožné dané dílo vrátit do tržního koloběhu.
- **Likvidita**, jak už jsem zmínil v předchozích odstavcích, je u uměleckých děl velice nízká, přeměna na peníze je otázkou dlouhého časového období.
- **Příchod světové ekonomické krize** Většina fondů vznikala za optimistických nálad před příchodem velké krize, což byla dýka do zad snaze upsat potřebný kapitál. Objem prodejů se snížil na minimum a snížená poptávka stlačila ceny na o desítky procent nižší úroveň.
- **Cenová politika je velmi netransparentní** na rozdíl od klasických akcií, trh nemá jednu zavedenou metodu oceňování, ta se vždy odvíjí od vztahu prodejce a kupujícího, formy prodeje apod. Tento trh je také velmi málo regulovaný, ale například v Indii již existují tlaky na vstup státního vlivu s odůvodněním, že umělecké fondy nakládají s veřejnými prostředky. Dalším důvodem jsou vysoké transakční náklady jako daně, pojištění, náklady na lustraci pravosti apod. Podobné náklady mnohdy činí až 5 % prodejní ceny.

Další příklady ze světa

Nizozemská banka ABN Amro byla první svého druhu, která vybudovala vlastní umělecký fond, který byl určený pro velmi zámožné investory a instituce. Další banky následovaly, vznikaly další fondy s poradenskými službami napříč vyspělými evropskými státy jako Deutsche Bank, UBS a nejvýznamnější aukční domy. Mnoho z nich svou činnost ukončilo právě kvůli světové krizi, např. významný americký investor nedokázal upsat potřebný kapitál ve výši 200 miliónů dolarů pro fond, který měl nakupovat nejdražší obrazy. Vinil nedostatečně informované investory a velmi špatnou pověst dealerů s uměním. Nedůvěra trhu byla posílena pádem New Yorského investičního fondu Fernwood Art

Investments, jeho cíl nakumulovat kapitál 150 miliónu nevyšel, získalo se pouhých 8 miliónů, nicméně duchovní otec projektu Fernwood a jeho promotér Faud položili základy pro některé predikační metody v odhadu tržních pohybů s uměním.⁵⁰

Velká kritika se snáší na trh s uměním zejména v Rusku, kde jsou investiční fondy s uměním údajně zneužívány k praní špinavých peněz. Ruský trh s uměním za posledních deset let obrovsky vzrostl, roční tržby činí 400 milionů dolarů, ruku v ruce se s tím pojí i nežádoucí jevy. Napomáhá tomu i subjektivita oceňování děl. Tyto negativní jevy následně hází špatné světlo na celý trh a nezbyvá než doufat, že se podobné obavy neobjeví i v dalších zemích.⁵¹

6 Trendy v ČR

V Čechách zažívá obchod s uměním velký rozkvět, přestože se na vstup podílových fondů věnujících se nákupu drahých děl teprve čeká, aukční síně vykazují velmi zajímavá čísla. V roce 2003 byly tržby aukčních síní podle zdroje Art and Antiques něco kolem 280 miliónů korun, v roce 2007 již přesáhla částka půl miliardy. To jasně ukazuje na osmělování tuzemských investorů v této oblasti.

6.1 Aukční síně v Čechách

„Na českém trhu působí zhruba 10 specializovaných aukčních síní a příležitostně aukce pořádá také řada galerií. Ceny nabízených děl se pohybují od několika set korun až do několika milionů. Nejdražší dílo prodané v Česku v aukci stálo necelých 26 milionů korun.

Aukční trh představuje pouze jeden ze segmentů trhu s uměním. Řada děl je prodávána prostřednictvím galerií a nezanedbatelnou roli hrají také prodeje přímo mezi jednotlivými sběrateli. Výhodou aukcí je jejich demokratičnost a transparentnost. Demokratičnost v tom smyslu, že rozhoduje jen výše nabídky. Při galerijních prodejkách do hry občas vstupují osobní vztahy či další vedlejší motivy. Aukční výsledky nicméně nelze považovat za zcela objektivní a nezpochybnitelný způsob ocenění díla. Motivы dražitelů mohou být velmi různé a jednotlivá díla v důsledku toho mohou být podhodnocena, stejně jako přeceněna. Pokud jsou k dispozici data o větším počtu prodejů a za delší časové období, představují aukční výsledky dobrý nástroj k stanovení realistického cenového odhadu. Díky

⁵⁰ Zdroj: *Caslon* [online], 2008 [cit. 2011-08-01]. Artfund note. Dostupné z WWW: <<http://www.caslon.com.au/artfundsnote2.htm>>.

⁵¹ Zdroj: *Bloomberg* [online], 2010 [cit. 2011-08-16]. Russian Art Market Shaken as 800 Paintings Revealed to Be Fakes . Dostupné z WWW: <<http://www.bloomberg.com/apps/news?pid=newsarchive&sid=atHSx6daITB0>>.

databázi ART+ si dobrou představu o ceně mohou samostatně udělat i začínající investoři a sběratelé.⁵² Databáze Art+ je zpoplatněnou sekci výše uvedeného serveru.

Výhodou aukčních domů je možnost koupit dílo již za několik tisíc a přicházet tak na chuť tomuto businessu po malých krůčcích i s nedostatkem informací. Server Art plus dále shrnuje vývoj trhu na základě svého indexu Art plus za rok 2009.

„V roce 2009 začal index vykazovat výraznější pohyby v obou směrech. Svou roli v tom hrálo jak chování kupců (nárůst zájmu o položky v nejvyšším cenovém segmentu), tak i změna obchodní strategie některých aukčních domů (pořádání mnohamilionových večerních dražeb a soustředění termínů aukcí blíže k sobě). Předloňský rok index zakončil na hodnotě 584 bodů (jedná se o aktualizované údaje zohledňující některé zmařené aukce, které vyšly najevo až v průběhu roku 2010).“⁵³

6.2 Projekt Artbanka

To, co v současném podhoubí české výtvarné scény stojí za zmínku a je rozhodně hrdou myšlenkou, která si nezádá s podobnými světovými iniciativami, je projekt, ve kterém se střetává bohubilý záměr s těmi nejvznešenějšími ambicemi. Pomoci mladým umělcům na počátku kariéry. A také rozpohybovat trh se současným českým uměním.

Neziskový projekt oslovuje mladé české a slovenské umělce, studenty uměleckých škol, aby se ucházeli o místo ve sbírce Artbanky, která následně jejich díla odkupuje a dále pronajímá do veřejného sektoru a zkulturuje tak mnohdy velmi zdřevěnělou výzdobu hal a čekáren. Pronájem se realizuje zpravidla na jeden rok s cenou od 4 do 20 tisíc korun. Mladí výtvarníci tak mají již na počátku své umělecké cesty velkou motivaci a podporu a nemusejí se uchylovat k věšení štětců na hřebík.

Elegantní nápad se podařilo ve velmi krátké době realizovat. Na začátku jara proběhla vernisáž děl a slavnostní zahájení v prostorách galerie Dvorac Sec Contemporary, která je jedním z duchovních otců myšlenky a z části i personálním jádrem. Projekt se setkal s velkým mediálním ohlasem a podařilo se ke spolupráci přizvat významné sponzory, z nichž největší Česká pošta (Banka Era), si pronajala mnoho děl, která jsou jejich klientům na očích a plní tak základní úkol - ukázat atraktivitu a smysl aktivního zájmu o české umění.

⁵² Zdroj: *Artplus* [online]. 2010 [cit. 2011-08-07]. PRŮVODCE AUKČNÍM TRHEM. Dostupné z WWW: <http://www.artplus.cz/cs/pruvodce-aukcni-trhem/>.

⁵³ Zdroj: *Artplus* [online]. 2010 [cit. 2011-08-07]. Vývoj indexu ART+ v roce 2010. Dostupné z WWW: <http://www.artplus.cz/cs/pruvodce-aukcni-trhem/>.

Do současné doby se podařilo pronajmout 37 z 294 děl, která jsou k nahlédnutí na oficiálním webu projektu www.artbanka.cz a seřaditelná podle zvolených kritérií.

Dalším úspěchem projektu bylo vytvoření muzejního prostoru Museum of Young Art v komunismem zdevastovaném paláci Colloredo - Mansfeld. Během 4 týdnů se vdechl život barokní budově v centru Prahy. V několika patrech je vystavováno umění reprezentující jak díla Artbanky, tak dalších tuzemských i zahraničních umělců.⁵⁴

6.3 Podpora současnému umění na sociálních sítích - Young Art Lovers aneb iniciativě se meze nekladou

Mladé umění, mladé publikum, mladá média. K úspěšné komunikaci s mladým publikem jsou bezpochyby potřeba mladá média. Young Art Lovers je iniciativa, která měla ambici vytvořit dialog mezi uživateli facebooku, tedy mladou generací, a představiteli galerie Dvorak Sec Contemporary a propagovat zajímavé výstavy a přednášky týkající se umění. Úkolem bylo ověřit sílu sociálních sítí a jako hrdý představitel trojlístku ctností, které jsem uvedl v první větě, jsem se do této činnosti odhodlaně pustil. Během tří měsíců se podařilo zpropagovat pět akcí včetně přednášky se sochařem Davidem Černým nebo vernisáže projektu Artbanka.

Z akcí vznikaly fotoreportáže a podařilo se zvýšit povědomí o existenci galerie Dvorak Sec Contemporary a navázat kontakt s lidmi, kteří fandí mladému umění.

Princip podpory na sociálních sítích je v současné době neodmyslitelným doplňkem každé marketingové kampaně a já jsem se o tom přesvědčil i touto aplikovanou formou.⁵⁵

7 Investiční portfolio s uměním

Zůstal bych dlužen tomuto odstavci, pokud bych nezmínil problematiku mnoha vajec v jednom koši, sázky na jednoho koně a dalších přiléhavých metafor týkajících se diverzifikace. Každé portfolio by se mělo s ohledem na riziko a výnosy optimálně vygenerovat tak, abychom výnosy maximalizovali a riziko snížili na minimum, to znázorňuje

⁵⁴ Zdroj: Artbanka [online]. 2011 [cit. 2011-08-07]. Artbanka. Dostupné z WWW: <<http://www.artbanka.cz/?subweb=articlescat&acid=61>>.

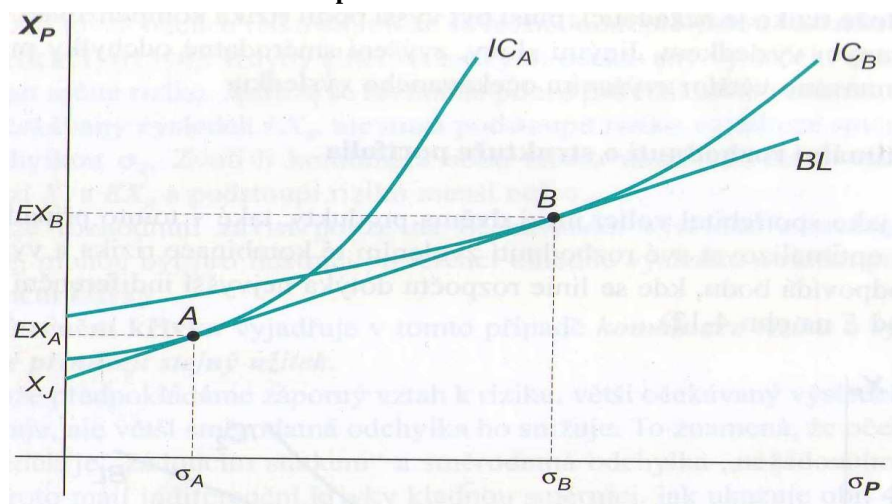
⁵⁵ Zdroj: Facebook [online]. 2011 [cit. 2011-08-07]. Young art lovers. Dostupné z WWW: <<http://www.facebook.com/pages/Young-Art-Lovers/137876946266647>>.

následující jednoduchý graf efektivního portfolia s bodem optima v průsečíku křivky rizika a rostoucích zisků.⁵⁶

Při budování portfolia s uměním je třeba mít na zřeteli několik základních pravidel:

- Jaké jsou základní cíle, které nás motivují při tvorbě uměleckého portfolia?
- Vytyčení akčního rádia rizika, ve kterém jsme ochotni se pohybovat, a které je pro investora ideální podle jeho vztahu k němu. Od averze přes neutrální postoj až ke sklonu k riziku.
- Zmapování všech druhů investičních možností, jak již bylo uvedeno výše. Fondy s uměním, investice do akcií aukčních domů s uměním, budování vlastního portfolia nebo jednoduše začít sběratelskou vášní a prvním obrazem.
- Stanovení limitů financí, které můžeme investovat. Investujeme takové prostředky, které nám zbudou po odečtení životně důležitých nákladů. Podrobný postup rozvádím ve své bakalářské práci.
- Více než kde jinde je třeba se správně poradit s experty, zvláště pro nově vstupující investory.
- Diverzifikovat.

Obrázek 13 Bod efektivního portfolia⁵⁷



⁵⁶ Zdroj: Arttrust [online]. 2010 [cit. 2011-08-02]. Art in investment portfolios. Dostupné z WWW:

<[http://www.arttrust.com.au/sites/default/files/Art as Investment and why you should consider art as part of any efficient portfolio.pdf](http://www.arttrust.com.au/sites/default/files/Art%20as%20Investment%20and%20why%20you%20should%20consider%20art%20as%20part%20of%20any%20efficient%20portfolio.pdf)>.

⁵⁷ Zdroj: HOŘEJŠÍ, Bronislava a kol.. *Mikroekonomie*. Praha : Management Press, s.r.o., 2010. 576 s. ISBN 978-80-7261-218-5.

Optimální rozhodnutí o struktuře portfolia

Na ose y je znázorněná výnosnost kombinací investičních variant, na ose x je míra rizika vyjádřená rozptylem. „Člověk bude optimalizovat své rozhodnutí zvolením té kombinace rizika a výsledku, která odpovídá bodu, kde se linie rozpočtu dotýká nejvyšší indifferenční křivky, tedy množiny bodů se stejným užitekem pro spotřebitele. Spotřebitel A se obává rizika více než spotřebitel B.“⁵⁸ Obava a menší výnos spotřebitele A je tedy vykoupený menším rizikem. Kdo se bojí, nesmí do lesa, jak pohotově poznamenává spotřebitel B.

7.1 Diverzifikace uměleckého portfolia

Diverzifikaci, kterou provádíme na poli investic do umění, můžeme stejně jako ostatní formy investic aplikovat co do šíře autorské, kdy zvolíme do svého portfolia umělce zavedených jmen spolu s umělci z rozvojových oblastí, jak již bylo zmíněno například ze zemí, jako je Austrálie nebo Indie. Můžeme také zvolit metodu různých uměleckých forem. Investujeme tedy do několika uměleckých žánrů - obrazů, soch apod. Je to stejné, jako když volíme akcie nebo fondy, jejichž výkonnost spolu koreluje co nejméně. Vsadit na jednu kartu nám může přinést velké zisky stejně jako velké ztráty. Diverzifikujme.

7.1.1 Koeficient beta

V roce 1952 publikoval 25 letý student Markowitz odvážnou studii, která prohloubila teorii moderního portfolia o problematiku diverzifikace, již lze zvýšit výnosy při zachování rizika nebo snížit riziko při zachování výnosu. Za průkopnickou práci v oblasti ekonomie, financí a financí korporací získal Nobelovu cenu spolu s Williamem Forsythem Sharpem, který rozšířil problematiku o koeficient Beta.

„Tržní portfolio, tj. veškeré cenné papíry na trhu, eliminuje část celkového rizika, tzv. diverzifikovatelného rizika. Přesto ani takto veliké portfolio akcií nedokáže eliminovat celkové riziko zcela. I po sebelepší diverzifikaci portfolia investoři nesou tzv. tržní riziko. Tržní riziko je výsledkem působení rizika spojeného s vývojem výnosových měr všech cenných papírů na trhu.

Pochopitelně jsou akcie, jejichž riziko je vyšší než celkové „průměrné“ tržní riziko a naopak musí být akcie s nižším rizikem.

⁵⁸ Zdroj: HOŘEJŠÍ, Bronislava a kol.. *Mikroekonomie*. Praha : Management Press, s.r.o., 2010. 576 s. ISBN 978-80-7261-218-5.

Výnosové míry akcií, jejichž beta koeficient je vyšší než jedna, budou v průběhu času kolísat více než trh jako celek a jejich riziko (měřené směrodatnými odchylkami) tedy bude vyšší než tržní. Naopak riziko akcií, jejichž výnosové míry kolísají v průběhu času méně než trh jako celek, bude nižší a beta koeficient menší než jedna. Vlastníci pak na základě výše rizika spojeného s jejich chováním oproti trhu budou požadovat vyšší či nižší výnos.⁵⁹

Obrázek 14 Výpočet koeficientu beta⁶⁰

$$\beta_A = r_{AT} \frac{S_A}{S_T}$$

r_{AT} korelační koeficient výnosnosti akcie A a tržního portfolia T
 S_A riziko akcie A vyjádřené směrodatnou odchylkou
 S_T riziko tržního portfolia (trhu) T vyjádřené směrodatnou odchylkou

Koeficient Beta lze snižovat diverzifikací, čím hlouběji diverzifikujeme, tím více snižujeme riziko. V tomto momentě je třeba aplikovat tuto teorii na oblast umění. Skutečně vzdělaný a fundovaný finanční management by měl diverzifikovat s ohledem na ctění základních pravidel. Portfolio by mělo být vytvářeno se znalostí všech forem aktiv a jednoznačným chápáním vztahu výnosů a rizika. Tyto aktiva by měly reprezentovat transparentní a měřitelné indexy. Logicky se tedy uzavírá myšlenkový kruh smyslu této části práce. K exaktnímu začlenění umění do tržního portfolia slouží index Mei and Moses, který splňuje kritéria věrohodnosti a transparency. Autoři indexu dospěly analýzou dat k závěru, že přidáním „umělecké složky“ do správně složeného portfolia, lze docílit za jinak stejného rizika vyšších úrovně výnosu. Tyto závěry jsou k nahlédnutí i s grafy v dokumentu na který odkazuji níže.⁶¹

Konkrétním příkladem nutnosti diverzifikovat své portfolio lze vysledovat u podnikatelských činností závislých na jednom faktoru, který může veškerou činnost negativně ovlivnit. Podnikatelé, kteří se věnují např. doménovému bussinesu, jsou absolutně závislí na politice internetových providerů a velkých hráčů, jakými jsou Google apod. Je proto tedy

⁵⁹ Zdroj: Upswing [online]. 2009 [cit. 2011-07-11]. Beta (ß), její význam ve financích. Dostupné z WWW: <http://www.upswing.cz/abeceda/zaklady_financi/riziko_beta.html>.

⁶⁰ Zdroj: Upswing [online]. 2009 [cit. 2011-07-11]. Beta (ß), její význam ve financích. Dostupné z WWW: <http://www.upswing.cz/abeceda/zaklady_financi/riziko_beta.html>.

⁶¹ Zdroj: MEI, JIANPING; MOSES, MICHAEL. Deloitte [online]. 2010 [cit. 2011-08-21]. THE DIVERSIFICATION POTENTIAL OF THE FINE ART ASSET CLASS. Dostupné z WWW: <http://www.deloitte.com/assets/Dcom-Luxembourg/Local%20Assets/Documents/Artandfinance/2010/lu_newdirectionwealth_22112010.pdf>.

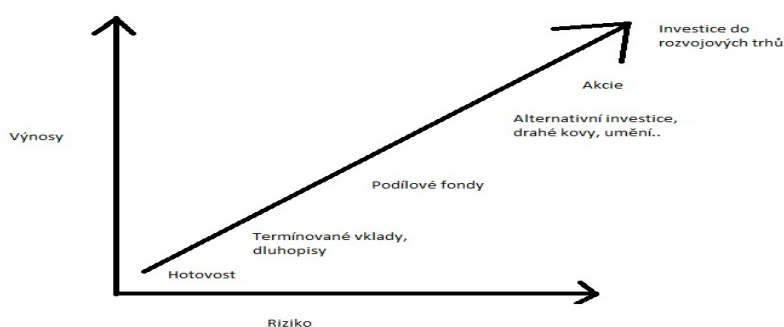
velmi žádoucí vygenerované zisky použít na proniknutí do takových obchodních oblastí, které s internetem korelují co nejméně. A proč ne právě do umění.

Pokud se rozhodujeme, do jakých aktiv umístíme majetek, je nasnadě si udělat stručný sumář základních možností. Můžeme držet hotovost, což je nejméně rizikové aktivum s absolutní likviditou, avšak poskytuje nejmenší návratnost a je nejméně chráněné proti inflaci. S minimální dávkou rizika můžeme investovat do termínovaných vkladů. Se středním rizikem a příslibem zajímavého zisku do podílových fondů. Za nejrizikovější třídu aktiv jsou považovány akcie. V neposlední řadě alternativní formy investic potažmo umění, které s ostatními druhy aktiv a trhem vykazuje minimální korelaci.

Pokud bychom chtěli portfolio rozšířit o další formy alternativních aktiv, lze uvažovat o oblasti, která nevykazuje přílišné výkyvy v průběhu času, např. investice do vodní infrastruktury.

Důkladnějšímu rozboru investičních aktivit se věnuji ve své bakalářské práci. Samozřejmě by do výčtu mělo patřit i vlastní podnikání.

Obrázek 15 Srovnání investičních nástrojů pohledem rizika a výnosů⁶²



8 Ekonomika umění - závěry

Pokud se rozhodneme hodnotit posledních pět let v ekonomice umění, je třeba si držet klobouky a zkusit se před jízdou moc nenasnídat. Je rok 2007, všichni mají růžové brýle a pomalu přezvykují voňavou žvýkačku abstraktních chutí nekrytých hypoték a chystají se vyfouknout pěkně velkou bublinu. Stejně jako na burze i umění bylo neuvěřitelně přeceňováno. Umění je popoháněno především bohatstvím zámožných jednotlivců, kteří v roce 2008 stejně jako zbytek světa dostali tvrdý direkt na solar. Trh s uměním se propadl.

⁶² Zdroj: Bankers [online]. 2010 [cit. 2011-08-06]. UNDERSTANDING RISK AND RETURN. Dostupné z WWW: <http://www.bankers.asn.au/smarterinvesting/risks.html>.

Růžová bublina se rozprskla po tváři. Objemy prodejů např. poválečných mistrů a impresionistů klesly z 1,6 miliardy dolarů na 729 miliónů. Nejistota se šířila a celkové prodeje na aukcích klesly až o 40 % oproti roku 2007.⁶³

Je rok 2009, svět se probouzí po velkém mejdanu, škrábe se na hlavě a přemýšlí o proběhlé noci. Peněženka je prázdná, hlava bolí, kocovina co chvíli potrvá. Některým státům jde střízlivění rychleji, zejména těm rozvojovým a Číně. Zájem boháčů v těchto zemích je především držet hmotná aktiva, zlato, umění. Rychle rostoucí poptávka z těchto končin je však vyvažována úbytkem zájmu západního světa. Umění je nepředvídatelné.

Žádný trh není stoprocentně predikovatelný. A zvláště ne ten umělecký. Vždy jde o pomyslnou věšteckou kouli a několik tisíc faktorů, které z věštění dělají alespoň trochu sofistikovanou disciplínu. Pokud bychom na trhu investovali bez rizika, těžko bychom dosahovali zisku, hladina by zůstala nezčeřená. Disbalance ve vědění je tedy konkurenční výhodou. Získat těch pár kroků navíc před ostatními, i tak to funguje na trhu s uměním. Informační výhodu reprezentují experti na danou oblast. Některé zákonitosti jsou tady ale jasně dané. Unikátnost každého díla. Poptávku rozpohybovávají mnohá subjektivní hnutí mysli, nemusí jít jen o nasycování kulturního hladu.

Je rok 2010, aukční domy hlásí rapidní nárůst prodejů. Sotheby o 255 % oproti roku 2009, v jedné z prvních kapitol uvádím díla, která se prodala za nejvyšší sumy jako doklad tohoto jevu.⁶⁴

Graf „horské dráhy“ tržeb výtvarného umění přikládám v příloze 2.

Bohatí, kteří už mají nablýskaná auta a milenky, hledají další signifikantní důkaz svého postavení v podobě umělecké sbírky aneb jak praví jedno chmurné moudro: „Vysoká životní úroveň spočívá v tom, že vydáváme peníze, které ještě nemáme, za věci, které nepotřebujeme, abychom imponovali lidem, které nesnášíme“

⁶³ Zdroj: BOSI, Silvia ; LANZANOVA, Elena . *Arcadja* [online]. 2009 [cit. 2011-08-07]. THE ART MARKET: AN ANALYSIS OF THE CRISIS. Dostupné z WWW: <<http://www.arcadja.com/artmagazine/en/wp-content/report09/Art%20Market%20-%20An%20Analysis%20of%20the%20crisis.pdf>>.

⁶⁴ Zdroj: EHRMANN, Thierry . *Artprice* [online]. 2010 [cit. 2011-08-07]. ContemporARY Art Market 2009/2010 The Art price annual report. Dostupné z WWW: <<http://imgpublic.artprice.com/pdf/fiac10en.pdf>>.

9 Praktická část - analýza konkrétního segmentu investic do umění a návrh internetového projektu

9.1 Investiční trh s houslemi

„Ten, kdo housle v 16. století vymyslel, byl génius. Vznikl výtvar, jenž se od té doby nezměnil. Všechny pokusy o vylepšení ukázaly, že nejsou dobré. A tak se dnešní houslaři vracejí ke vzorům z konce 17. století.“ (Jaroslav Svěcený)

V této části diplomové práce se zaměřím na housle z investičního hlediska a budu zkoumat, jak a do kterých houslí by bylo vhodné investovat. Text navazuje na rozpracovaný projekt ze zimního semestru akademického roku 2010/2011 z předmětu Marketing umění a kulturního dědictví. Sleduji zejména cíle, které podle mého názoru hrají nejdůležitější roli v rozhodování o vstupu do investičních vod s těmito nástroji. Zda investice do houslových nástrojů je perspektivní a výkonnostně atraktivnější než tradičnější formy zhodnocování peněz a zda je tato investice dostupná i drobným investorům. Porovnání provedu i s výnosností výtvarného umění.

V závěru se pokusím navrhnout životaschopný internetový projekt zabývající se houslovou tematikou, jehož význam se pokusím v této kapitole postupně rozkrýt. Housle představují vzácné dědictví národů, je v nich vepsán kus historie a umění své doby. Jsou výtvarným dílem stejně jako nástrojem sloužícím k lahodění ucha. Při procházce Malou Stranou si už málokdo vzpomene, že to byla věhlasná dílna houslařských mistrů, kteří na počátku 18. století položili základy pražské houslové školy. Housle, které se dochovaly z této doby, jsou nejcennějšími českými smyčcovými nástroji a velmi zajímavým investičním artiklem, jejichž cena v čase konstantně roste, jak při své přednášce na VŠE zmiňoval houslař a soudní znalec v oceňování houslí Jaroslav Svěcený.

Za poslední roky (zejména po roce 2008) poptávka po nejjemnějších strunných nástrojích dramaticky vzrostla na úroveň jako nikdy předtím. V důsledku toho ceny těchto nástrojů také náležitě prudce stoupají a dá se předpokládat, že budou růst ještě daleko více. Vývoj trhu houslí za posledních 10 let nemůže už v dnešní době ignorovat žádný vzdělaný investor. Jejich hodnota za uplynulých čtyřicet let vzrostla více než hodnota státních dluhopisů (kde je

ovšem malý nárůst ceny a tedy zisk pro investora vykoupem nízkou rizikovostí) a různých akcií. V průběhu let se investice do houslí ukázala být velmi bezpečná, zisková a stabilní jak pro sběratele a hudebníky, tak pro soukromé investory. Pro prudký cenový růst se vzácné instrumenty zřejmě staly zajímavými i pro banky. Investory láká jistě fakt, že hodnota houslí neustále roste a ještě nikdy v historii se nesnížila.⁶⁵

Velká část vzácných strunných nástrojů byla v aktivním použití po celá staletí. Tento unikátní funkční faktor dělá z houslí velmi vzácné aktivum, odlišující ho od jiných investičních instrumentů, či uměleckých děl a ještě více zvyšuje poptávku po tomto nástroji. Zvyšující se tlak na omezený počet zbývajících starých houslí (převážně italské výroby) na trhu byl ovlivněn rozsáhlými nákupy bohatých Rusů během posledních let. Počet bohatých jednotlivců zajímajících se o tuto investici stále roste. Kupující pochází z velké většiny z USA, Evropy, Ruska, Japonska a stále více z Koreje, Číny a Tchaj-wanu.⁶⁶ Tchajwanská nadace Chi Mei oznámila svůj záměr investovat až 500 milionů dolarů do starých italských houslí. Již samo toto oznámení rozšířilo tlak na už tak dostatečně omezené množství jemných strunných nástrojů a došlo k výraznému nárůstu jejich hodnoty. Rostoucí bohatství Číny a neuvěřitelné množství čínských houslistů bude mít zásadní vliv na mezinárodní trh houslí v následujících letech.⁶⁷

Tento jev způsobuje jediné, odliv špičkových hudebních nástrojů evropských mistrů. Znepokojující je především jistá nenávratnost tohoto stavu. Ze zkušeností předchozích let je pravidlem, že tyto nástroje zůstávají dále na asijském trhu, kde jejich cena závratně roste a pro asijské experty a investory je potom Evropa velmi atraktivním lovištěm doslova zlatých rybek za „hubičku“. A tak je třeba si položit otázku: Jakým způsobem tento trend zvrátit? Na to se pokouším odpovědět v kapitole o možnosti českého investičně zaměřeného portálu, věnujícímu se houslím.

Není to ovšem jen zvyšující se poptávka, která má vliv na cenu houslí. Existuje totiž pouze asi 650 nástrojů jako neocenitelné dědictví od Antonia Stradivariho. Podle některých zdrojů může existovat ještě kolem 500 nezdokumentovaných a neoceněných kusů z jeho

⁶⁵ Zdroj: *Violin advisor* [online]. 2010 [cit. 2011-08-03]. Violin prices history. Dostupné z WWW: <<http://www.violinadvisor.com/pricehistory.htm>>.

⁶⁶ Zdroj: BENNET, Simeon . Bloomberg [online]. 2011 [cit. 2011-07-03]. Stradivarius at \$15.9 Million Means Investors Bet on Violins. Dostupné z WWW: <<http://www.bloomberg.com/news/2011-06-21/stradivarius-for-15-9-million-means-fund-eyeing-violins-116-fold-return.html>>.

⁶⁷ Zdroj: *Pri* [online]. 2010 [cit. 2011-07-06]. China's violin-makers. Dostupné z WWW: <<http://www.pri.org/stories/world/asia/china-s-violin-makers1847.html>>.

dílky, jak uvádí Robert Bein, new yorský znalec a obchodník s houslovými nástroji.⁶⁸ Dále se zachovalo jen 135 houslí a pouhopouhé jedno cello - nese označení *Josephs* nebo *del Gesus* typické pro Stradivariho italského rivala Giuseppe Guarneri del Gesu. Právě tyto dvě jména patří mezi nejvýznačnější tvůrce houslí ze 17. století. Jejich nástroje jsou nyní považovány za nejjistější investice vůbec. Některé z těchto nádherných nástrojů byly nenapravitelně poškozeny, jiné bohužel ukradeny. Navíc mnoho vynikajících nástrojů bylo zakoupeno do muzeí nebo patří některé velké investiční instituci. Je nepravděpodobné, že se tyto nástroje vrátí na trh v dohledné budoucnosti, a tak se počet starých vzácných houslí, které zůstávají na trhu, stále snižuje.

Housle jsou alternativním aktivem, které poskytuje vynikající dlouhodobý výnos a diverzifikační výhody pro investory vzhledem k jeho nízké korelaci s ostatními finančními instrumenty, jako jsou akcie, komodity, FOREX (investice do měn) apod. To nabízí investorům jedinečnou kombinaci nízkého rizika, nízkých nároků na údržbu a nízkých nákladů na správu s vysokými finančními zisky, otázkou je pouze časový horizont. Průměrný roční růst ceny vzácných strunných nástrojů je již po několik let mezi 10 – 15 %.⁶⁹ S posledním dramatickým vývojem na trhu můžeme očekávat ještě další zhodnocování. Velké množství čínských houslistů a investorů spolu s rostoucím disponibilním kapitálem střední třídy může v budoucnosti jít směrem tohoto zhodnocování. Po nedávných kritických událostech na realitním trhu ve Spojených státech, které jako lavina přešla na celý finanční sektor, musíme mít ovšem na paměti možnost existence jakési finanční „bublíny“, která trh houslí může zasáhnout.

Úspěšná investice do nejlepších vzácných strunných nástrojů vyžaduje velmi odborné znalosti a to je důvod, proč jen malá skupina lidí, dobře informovaných a finančně vzdělaných, dokázala využít této lukrativní a bezpečné investice. Důvodů, proč investovat do houslí, je mnoho, v následujících několika kapitolách tuto investici detailněji zmapuji.

Podle serveru stradivariinvest.com, který je webovou prezentací investičního fondu, jsou důležitými body při rozhodování o investici následující poznatky.⁷⁰

⁶⁸ Zdroj: GERTNER, Jon, This Violin is Worth \$3.5 Million Why? . *Cnn money* [online]. 2002, 7, [cit. 2011-08-22]. Dostupný z WWW: <http://money.cnn.com/magazines/moneymag/moneymag_archive/2002/06/01/323362/index.htm>.

⁶⁹ Zdroj: FINLEY, Tony; PAPIER, Edward . *Familyofficeassociation* [online]. 2008 [cit. 2011-07-06]. Investing in rare violins and cellos. Dostupné z WWW: <http://familyofficeassociation.org/dwnld/NWSLTR_violin.pdf>.

⁷⁰ Zdroj: *Stradivariinvest* [online]. 2010 [cit. 2011-06-06]. Why violins. Dostupné z WWW: <<http://stradivariinvest.com/investments/why-violins/>>.

9.1.1 Nedostatek

Počet do současnosti zachovalých vzácných strunných hudebních nástrojů z roku 1700 je pochopitelně konečný a dělá tak z houslí vzácný, neopakovatelný statek. Navíc muzea, bohatí soukromí sběratelé a velké korporace často nakupují ty nejcennější nástroje a stahují je tak z aktivního trhu. Mnoho z těchto mistrovských děl skončí za sklem vitríny nebo v trezoru a jejich struny na nějaký čas nikdo nerozezná. Další nástroje byly zničeny během mnoha válek, které se přehnaly v Evropě za minulá staletí, jiné zmizely v rámci různých okolností, a další nástroje byly odcizeny.

Mezi nejzajímavější patří příběh polského houslisty Bronislawa Hubermana a jeho ukradených houslí (*Gibson* od Stradivariho, 1713). Ty mu byly odcizeny v roce 1936 ze šatny newyorské Carnegie Hall. Po desítkách let se v roce 1985 Julian Altman přiznal, jak jinak než na smrtelné posteli své ženě, že jeho housle, s kterými celou dobu hrál po barech a restauracích, koupil jako kradené za 100 dolarů. Po odstranění nečistot na houslích se objevil původní červený lak. Odborníci již věděli, že nástroj je skutečně pravý. V době přiznání se cena houslí odhadovala na celý 1 milion dolarů, za který byly i housle následně prodány britskému houslistovi Norbertu Braininimu. Pro nás je zajímavé srovnání, za jakou cenu v roce 2001 koupil tyto housle americký virtuos Joshua Bell. Jsou to celé 4 miliony dolarů, což je i s uvažovanou inflací pěkný cenový nárůst.

9.1.2 Nabídka a poptávka

Celosvětová poptávka po vzácných houslích roste, ale nabídka je velmi omezená. Existuje pouze asi 550 známých houslí, 14 viol a 60 violoncell postavených Antonio Stradivariem a jen asi 135 houslí a jediné cello postavené Guarneri del Gesu, jak již bylo zmíněno výše.⁷¹ Trh s houslemi je zaplaven mnoha napodobeninami a falzifikáty, šiték s nápisem Stradivarius najdete v bezmála pěti miliónech nástrojů jak poznamenal Jaroslav Svěcený při své přednášce na VŠE.

9.1.3 Likvidita

Housle fungují nejlépe jako střednědobé až dlouhodobé investice. Většina investic do houslí by měla být považována jako deseti a více-ročné investice.

⁷¹ Zdroj: *Stradivariinvest* [online]. 2010 [cit. 2011-06-06]. Why violins. Dostupné z WWW: <<http://stradivariinvest.com/investments/why-violins/>>.

9.1.4 Diverzifikace portfolia

Nespornou výhodou investic do houslí je jejich nízká korelace s ostatními finančními aktivy a jejich vliv na diverzifikaci investičního portfolia. Přes úpadek mnoha akciových trhů je zvýšení hodnoty tohoto aktiva velmi stabilní. Extrémně nízkou korelaci s ostatními třídami aktiv má za následek, že z investice do houslí se stává velmi přínosný investiční nástroj, který může poskytnout jednoznačné výhody pro investiční strategie. Z hlediska správy portfolia, je-li provedena investice do vzácných strunných hudebních nástrojů v kombinaci s akciemi a dluhopisy, je pak investor schopen vykazovat vyšší než očekávané výnosy pro danou úroveň rizika.

9.1.5 Pojištění, skladování a náklady na údržbu

Samozřejmě i taková investice například do nemovitostí vyžaduje platbu pojištění, majetkové daně a uhrazení nákladů na údržbu a opravy. Investice do akcií a dluhopisů často vyžadují zaplacení poplatků za vedení účtu apod. Investice do zlata a jiných komodit vyžadují skladování, dopravu, ochranu a náklady na převod. Naproti tomu investice do houslí nezahnují žádné radikální náklady na údržbu a uchovávání této investice. Důležité je hlavně udržovat teplotu a vlhkost vzduchu v potřebných normách. Je dokonce možné na jejich zapůjčování houslistům vydělávat dále a poskytnout jim možnost zahrát si na tyto cenné a skvěle znějící kusy.

9.1.6 Stradivárky

Jméno Stradivari je dosti známo (viz kapitola Historie houslí této práce), méně známý je život světoznámého mistra. Antonio Stradivari se narodil v roce 1644 na severu Itálie v Cremoně. Stradivariho úspěch byl možná právě v tom, že nedodržel tradice při výrobě hudebních nástrojů. Trochu zploštil velkooký tvar Amatiho (viz Historie houslí, u Niccola Amatiho byl Stradivari žákem) nástrojů, díky čemuž vydával nástroj líbivější a silnější tón. Díky této úpravě měly stradivárky jedinečný zvuk a byly stále více vyhledávané. Vysokou prestiž si stradivárky vysloužili dokonalým řemeslným zpracováním.

Mistr dostával objednávky z celé Evropy. Povinnosti si plnil vůči městu, církvi a občanům vždy spolehlivě a čestně. Stradivárky patří mezi nejvíce ceněné a vyhledávané hudební nástroje na světě. Od 17. století se falšují, kradou, sbírají a obdivují. Každý pravý nástroj má uvnitř vlepen papírek s velmi kratičkým a výstižným textem: „Antonius

Stradivarius Cremonese Faciebat“, v překladu znamenající, že nástroj vyrobil Antonio Stradivari z Cremony. Ty nejvzácnější ze Stradivariho nástrojů si mění majitele na aukcích, kde sedmiciferné částky v dolarech nejsou žádnou výjimkou.

V roce 1971 se Stradivariho housle s názvem Lady Blunt (podle vnučky Lorda Byrona) vydražily za něco málo přes 200 tisíc dolarů. Právě tyto housle byly před několika lety prodány hudební nadaci Nippon (která poskytuje housle takovým talentům, jako jsou Lisa Batiashvili, Nikolay Znaider a Tokyo String Quartet) za 10 milionů dolarů. Další hezký příklad masivního nárůstu ceny houslí.

9.1.7 Nejdražší instrumenty

Stradivárky suverénně trůní na žebříčku nejdražší prodaných houslí. V následující tabulce nalezneme ty zcela nejdražší instrumenty prodané na trhu za poslední dobu.

Tabulka 4 Nejdražší prodané houslové instrumenty⁷²

Název nástroje	Prodejní cena (USD)
Duport Stradivari cello of 1711	\$20,000,000
Barrow Stradivari violin of 1715	\$9,500,000
Antonio Stradivari violin of 1715	\$9,000,000
Carrodus Giuseppe Guarneri violin of 1743	\$7,000,000
Dolphin Stradivari violin of 1714	\$5,500,000
Bass of Spain Stradivari cello of 1713	\$5,000,000
Hausmann Stradivari cello of 1724	\$4,500,000
DeMunck Stradivari cello of 1730	\$5,000,000
Ries Stradivari violin of 1699	\$3,500,000
The Maiden Stradivari violin of 1708	\$5,500,000
General Kyd Stradivari violin of 1714	\$5,500,000
La Pucelle Stradivari violin of 1709	\$6,000,000
Hammer Stradivari violin of 1707	\$3,544,000
Lord Wilton Guarneri del Gesù violin of 1742	\$6,000,000
King Joseph Guarneri del Gesù violin of 1737	\$6,000,000

⁷² Zdroj: *Stradivariinvest* [online]. 2010 [cit. 2011-06-06]. Some of the top instruments recently sold on the market. Dostupné z WWW: <<http://oxaco.com/stradivariinvest/instruments/recently-sold-instruments/>>.

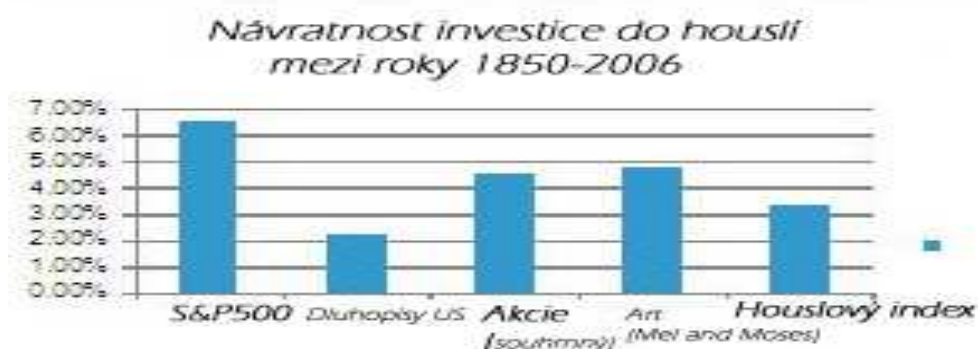
9.2 Návratnost investice do houslí

V následující kapitole bych se rád věnoval problematice houslí všeobecně a ne jen exkluzivním kusům, jako jsou stradivárky apod. Položme si nyní otázku, jak moc je investice do houslí výnosná. V roce 1989 provedli Myran Ross a Scott Zondervan⁷³ studie na vývoj cen houslí, které byly nakoupeny a prodány (celkem 29 krát) během období 1803 - 1982. Vypočítali, že průměrná roční výnosnost je 2 %, což se rovná běžné dlouhodobé úrokové míře.

V další studii Cozio Publishing⁷⁴, jak uvádí její spoluautorka Kathryn Graddy v článku „Are violins a good investment?“ z roku 2008, byly porovnávány dvě databáze cen houslí.⁷⁵ Jedna databáze obsahovala 75 pozorování opakujících se prodejů stejných houslí v aukcích začínajících v polovině 19. století a druhá databáze obsahovala 2000 pozorování prodeje individuálních houslí od roku 1980. Tento výzkum ukázal, že skutečná výnosnost (použity opakující se prodeje) starých italských houslí v období 1850 - 2006 je přibližně 3,3 %. Toto číslo se nemusí zdát vysoké, ovšem právě od roku 2006 byl tento nárůst vyšší a hovoří se až o 10 %.

Celková skutečná výnosnost celého portfolia jednotlivých prodejů od roku 1980 byla přibližně 4 %. Následující graf porovnává výnosnost různých aktiv od roku 1850 - 2006. Jsou jimi velmi rozšířený akciový index Standard and Poor's 500, americké státní dluhopisy, Mei Moses index (kterému jsem se věnoval v kapitole měření výkonnosti umění) a housle.

Obrázek 16 Návratnost investice do houslí mezi lety 1850-2006⁷⁶



⁷³ Zdroj: ROSS, Myron H.; ZONDERVAN, Scott. *Economic Inquiry* [online]. 2008 [cit. 2011-06-06]. Capital gains and the rate of return on a Stradivarius. Dostupné z WWW: <http://findarticles.com/p/articles/mi_hb5814/is_n3_v27/ai_n28584127>.

⁷⁴ Zdroj: GRADDY, K., and P. Margolis (2007) "Fiddling with Value: Violins as an Investment?", CEPR Discussion Paper 6583.

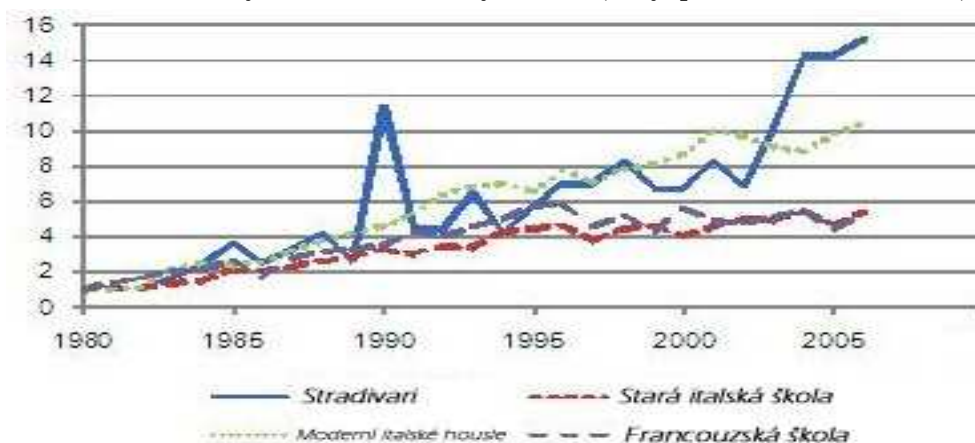
⁷⁵ Zdroj: GRADDY, Kathryn . *Voxeu* [online]. 2008 [cit. 2011-06-08]. Are violins a good investment? Dostupné z WWW: <<http://www.voxeu.org/index.php?q=node/846>>.

⁷⁶ Zdroj: GRADDY, Kathryn . *Voxeu* [online]. 2008 [cit. 2011-06-08]. Are violins a good investment? Dostupné z WWW: <<http://www.voxeu.org/index.php?q=node/846>>.

Skutečná výnosnost do houslí podle souhrnného indexu, nerozlišujícího typy houslí, je nižší než standardní investice, kromě státních dluhopisů, a dokonce nižší než u ostatního umění, které však na rozdíl od houslí vykazuje vyšší volatilitu způsobenou větším vlivem vkusu a módnosti.⁷⁷

Různé typy houslí poskytují různou výnosnost, to je třeba brát v úvahu. Nejznámější skupina houslí vyrobená Stradivariem a Guarnerim del Gesu daleko předčila výnosnost ostatních výrobců, jak již bylo zmíněno v předešlých ilustračních příkladech. To ovšem neznamená, že moderní italská škola vyrábí špatné housle. Právě naopak, vyrábějí extrémně a precizně dělané nástroje. V následujícím grafu se podíváme na jednotlivé výrobce houslí v časové ose x a jejich výnosnost v procentech na ose y.

Obrázek 17 Zhodnocení různých druhů houslařských škol⁷⁸ (osa y: procentuální zhodnocení)



Důvodů pro tyto odlišnosti může být několik. Je obrovský cenový rozdíl mezi moderními italskými instrumenty a starými instrumenty, které si nemohou běžní muzikanti dovolit, proto si profesionální hráči pořízují namísto starých moderní instrumenty. V dnešní době je velmi častá diskuze, zda tyto instrumenty jsou porovnatelné s nástroji starých mistrů. Proto můžeme být svědky posunu v poptávce k moderním nástrojům. Fakt, že Stradivariho a del Gesu nástroje stále překonávají konkurenci, může být zapříčiněn i tím, že tyto nástroje se pohybují na odlišném trhu, na kterém jsou kupci hlavně z řad sběratelů a bohatých investorů a ne muzikantů.

⁷⁷ Zdroj: Zdroj: BENNET, Simeon. Bloomberg [online]. 2011 [cit. 2011-07-03]. Stradivarius at \$15.9 Million Means Investors Bet on Violins. Dostupné z WWW: <<http://www.bloomberg.com/news/2011-06-21/stradivarius-for-15-9-million-means-fund-eyeing-violins-116-fold-return.html>>.

⁷⁸ Zdroj: GRADDY, Kathryn. Voxeu [online]. 2008 [cit. 2011-06-08]. Are violins a good investment? Dostupné z WWW: <<http://www.voxeu.org/index.php?q=node/846>>.

9.2.1 Co vytváří hodnotu houslí?

Zvuková kvalita nástroje je v určení hodnoty nástroje jen jednou z mnoha charakteristik. To co dělá ze smyčcového nástroje miliónovou investici je především síla zvuku jména jejich autora. Zásadní je samozřejmě dále původnost nástroje, originalita a provedení. Při oceňování nástroje znalci vycházejí z publikací jako je například německá kniha *Taxen Buch*⁷⁹, kterou vypracovávají evropští znalci nejvyšší kvality, aby zdokumentovali a popsali významné houslařské mistry a jejich cenové rozpětí, v současné době je na trhu již 16. vydání této publikace. Aktualizována je po pěti letech. Jak poznamenal na své přednášce Jaroslav Svěcený, bez uvedení houslařova jména v podobné publikaci, je velmi obtížné oslovit a zaujmout investora. Jaroslav Svěcený přispěl ke zviditelnění významných českých houslařských mistrů v publikaci „Slavné evropské housle“, kde jsou fotograficky zdokumentovány mimo špičkových prací starých pražských mistrů i další evropské housle. Nutnost uvedení autorů houslových nástrojů ve všeobecně nahlížených knižních průvodcích dělá z investice do mladých houslařů velmi nejistý podnik. I když mohou housle dosahovat jedinečného zvuku, není zaručené, že hodnota jejich nástrojů bude růst, zejména pokud jejich práce nebude zdokumentovaná těmito publikacemi.

9.3 Formy investování do houslí

9.3.1 Aukční síně

Nevýhodou této formy je především fakt, že do dražeb se dostávají nástroje, které jsou již přebrané od významných investorů, preferujících prodeje z ruky do ruky na soukromé bázi. Pro českého investora je nejatraktivnější zúčastnit se aukcí v okolních státech. Největší jsou ve Vídni a v Londýně.

9.3.2 Soukromý nákup/prodej

Pokud jde o ty nejvčetnější nástroje, jejich prodej probíhá na základě kontaktu mezi sběrateli. Investor se tak dostane přímo ke zdroji. Obtížné je samozřejmě takový kontakt vůbec vytvořit. To jeden z úkolů navrhovaného projektu.

⁷⁹ Zdroj: Přednáška Jaroslava Svěceného na téma houslových nástrojů na VŠE ze dne 11. 4. v předmětu 3MG492, dostupná na serveru www.multimedia.vse.cz.

9.3.3 Podílové fondy

V roce 2001 významný restaurátor a houslový znalec Florian Leonhard⁸⁰ založil 60 milionový investiční fond se zaměřením na houslové nástroje. Nástrojů nakoupil 50 v hodnotě přibližně 1,2 milionu dolarů za každý kus.

Výnos nejen peněžní

Housle, pocházející zejména z Itálie před 19. stoletím, nejsou ale zavřeny v trezoru, nýbrž jsou zapůjčovány nadějným talentům na hraní bez jakýchkoliv nároků na honorář. Ti tak mají šanci vyjádřit i ty nejniternější nuance v expresi hraní pomocí těchto exkluzivních kousků. Navíc je pro nástroj pravidelné užívání dobré, protože vibrace z hraní vylepšují resonanci dřeva, nástroje pak tedy zrají jako víno. Nastává pro obchodníky tak oblíbená situace win-win, tedy že obě strany vítězí. Houslaři i investoři, kteří tak můžou mít radost nejen ze zisku, ale i z pomoci mladým talentům.

Fond slibuje výnos 8 - 12 % ročně, což už je pro investora více než zajímavá částka. Tato možnost je tedy rozhodně zajímavá pro investora, který nemá k dispozici kapitál čítající stovky tisíc či miliony dolarů. Vstupní kapitál do podobných fondů se pohybuje na hranici 10 tisíc dolarů, což je přípustné i pro menšího investora.

Florian Leonhard ale není na poli investičních fondů do houslí sám. Mezi další patří Staffan Borseman a jeho Stradivari Invest. Dále můžeme zmínit ruského oligarchu Maxima Viktorova nebo britský syndikát, který v minulosti pomohl ke svým prvním nástrojům Nigelovi Kennedymu a Stephenovi Siierlisovi.

9.4 Investovat či ne?

Shrňme si tedy dosavadní poznatky do jednoduché SWOT analýzy investování do houslí.⁸¹

⁸⁰ Zdroj: *Florianleonhard* [online]. 2010 [cit. 2011-07-11]. Valuation. Dostupné z WWW: <<http://www.florianleonhard.com/en/about-us/florian-leonhard/>>.

⁸¹ Zdroj: *Opalesquent Research* magazine, Issue 02/2007.

Tabulka 5 SWOT analýza investic do houslí

Strenghts-Silné stránky	Weaknesses-Slabé stránky
nikdy v minulosti neklesající hodnota houslí	neochota pojišťovny pojistit nám housle na námi požadovanou hodnotu
vzácnost a omezenost starých houslí	nutnost relativně vysokého minimálního kapitálu na investici
růst ceny v posledních letech	žádné „dividendy“ v průběhu vlastnictví houslí
diverzifikace portfolia	
odhad výnosnosti investice 10 – 15 %	
Opportunities-Příležitosti	Threats-Hrozby
růst trhu i v dalších letech	finanční „bublina“ a pád cen

Tabulka jasně znázorňuje silné a slabé stránky podobné investice a jejich ohrožení a příležitosti. Ze všeho zmíněného v této kapitole můžeme říci, že investice do houslí je rozhodně zajímavá. Omezující podmínkou je námi dostupný kapitál, který nás staví do pozice, že s menším kapitálem půjdeme s penězi do houslového investičního fondu a s větším (při dostatečném know-how) můžeme investovat přímo do nástroje. Vyplatí se investovat do „moderních houslí“ z přelomu 19. století a jejich starších bratrů, současné nástroje se nevyplatí kvůli velkému riziku zhodnocení této investice.

9.5 Současnost výroby houslí

Do této doby jsme se zabírali převážně starými houslemi od mistrů svého řemesla. Nyní se podíváme, jak je na tom současná výroba houslí a jaké housle volí zejména ti, co na nástroj hrají. Začínající houslový hráč stojí před rozhodnutím - zvolit ručně vyráběný a dražší kus, který může svou hodnotu v čase o poznání zvýšit a samozřejmě lépe zní, nebo cenově přijatelnější nástroj, který je výsledkem průmyslového způsobu výroby. Aby rozhodování nebylo málo, připočteme možnost zvolit starý, časem prověřený nástroj či moderní kus.

9.5.1 Dilema při výběru houslového nástroje

Pokud se mladý hudebník rozhodne zvolit nákladnější variantu nových houslí, ručně vyráběných, je třeba vybrat toho správného výrobce, řemeslníka a umělce v jedné osobě. Pomocníkem může být například portál violinist.com⁸², kde je seznam výrobců houslí pro různé země, kteří se na stránkách registrovali. Jediným českým zástupcem je Ivan Švýcarský,

⁸² Zdroj: Violinist [online]. 2011 [cit. 2011-08-23]. Dostupné z WWW: <<http://www.violinist.com/>>.

na svém webu nabízí výrobu houslí, restaurátorské služby či poradenství. Zajímavým odstavcem je i jeho postoj k průmyslové výrobě houslí.

„Dnešní výrobky se díky rozvoji průmyslové výroby staly spotřebním zbožím, u něhož máme problém s jeho recyklací. Ani dnešní tovární housle nejsou výjimkou. Tyto neopravitelné housle, lepené disperzním lepidlem a lakované polyuretanovým lakem, nestrkejte, prosím, ani do kamen, zamořili byste životní prostředí!

Vyrobít ručně kvalitní housle tedy zůstává již 400 let stále stejně těžké, a proto se výroba houslí stala uměním. Každý dnešní houslař se musí rozhodovat, do jaké míry při své práci použije průmyslové metody, a jedině on sám rozhoduje o tom, do jaké kategorie svoji práci zařadí.“⁸³

9.5.2 Čína - houslová „velmoc“

Východní velmoc promlouvá na trhu houslí velmi hlasitě. Ve velkém skupuje díla starých mistrů, aby tak v důsledku stanovovala cenu těchto unikátů. Investiční trh není jedinou aktivitou, ve které Čína ukazuje světu svou houslovou perspektivu.

Okres nedaleko Pekingu se stal za posledních 20 let jedním z největších center houslového průmyslu. Geng Guosheng si v roce 1990 otevřel malou dílnu, kde zaměstnal na 20 lidí, obyčejné zemědělce, nová práce jim otevřela možnosti a hlavně zvýšila rodinný rozpočet. Nyní jsou jeho nástroje exportovány do zemí včetně USA, Japonska, Německa nebo Švýcarska.

Housle mají v Číně krátkou tradici, ta vzešla ze socialistických hodnot coby nástroj oslavující velkou Čínu během kulturní revoluce (1966 - 1976). Takové instrumenty měly velmi chabou kvalitu, natož schopnost věrně podat krásné melodie evropských skladatelů. Po otevření Číny světu v 80. letech bylo zřejmé, že na světovém trhu neobstojí. Výrobci se tomu nečekaně rychle přizpůsobili a nyní jsou schopni vyrábět housle ve střední kategorii pod 1000 dolarů. A tak se narodila světová houslová dílna. Několik stovek podniků vyrábí ve východní provincii Jianhsu na milión nástrojů každý rok, což je 70 % světové produkce. Čínští housloví znalci a řemeslníci svoji dovednost získali zejména v Evropě, především v Itálii. Nyní je čínská produkce ceněna zejména pro poměr „cena - výkon“. Samotní výrobci si však uvědomují, že před světem selhávají především v oblasti marketingu značky. Vyvážejí bezejmenné zboží, na které se ve světě nalepí cizí jmenovka, což může způsobit ústup

⁸³ Zdroj: ŠVÝCARSKÝ, Ivan. *S-violin* [online]. 2009 [cit. 2011-07-15]. Restaurování nástrojů. Dostupné z WWW: <http://www.s-violin.com/>.

kvalitního západního řemesla, vytlačovaného čínskou cenou. Některé housle se dají pořídit již za 80 dolarů, speciální kusy od mistra Zhenga prodávané na zakázku potom za 15 000 dolarů. Zájemci na ně mohou čekat i více než tři roky. Poptávka po nich stále roste. Mistr Zheng, který se řemeslu vyučil v Itálii, pořádá soutěže propagující houslovou kulturu. Uvědomuje si, že kvalita není jediný cíl - s rostoucím domácím produktem Číny tak roste i zájem rodičů postrčit své děti ke hře na tento strunný nástroj. Poměr domácí produkce a produkce pro export se vyrovnává. Očekává se 60 % exportního podílu a 40 % pro domácí trh. Západní svět však v ruce drží silné karty - tradice a kvality. Učitel a nadaný žák.⁸⁴

Na serveru alibaba si můžete objednat housle přímo z Číny, portál se v mnoha ohledech podobá nákupnímu Amazonu.⁸⁵

9.6 Ceny nových houslí a jejich výběr

Na většině portálů houslových výrobců položka ceny chybí. Cena je sdělena až po projeveném zájmu prostřednictvím mailu či jiného přímého způsobu. Cena nových, ručně vyráběných, houslí se většinou pohybuje mezi 1 000 – 20 000 dolary. Rozdíl mezi starými italskými klenoty je tedy markantní, nemusí to však nutně znamenat rozdíl ve kvalitě zvuku. Přesto tato částka nutí k zodpovědnosti při výběru. Dobré housle, pokud jsou vyráběny skutečným profesionálem, by měly být co nejvíce „nastavitelné“ zákaznickým preferencím - od krčku přes hmatník až po nejmenší detaily. Ani cena nových houslí nemusí korelovat s kvalitou. Dají se pořídit drahé, špatně znějící housle, a naopak. Skvělý zvuk nových houslí zvyšuje pravděpodobnost, že svoje kvality v čase rozvine, může to trvat od 8 měsíců po několik let, kdy dosáhne jakési zralosti. Předchozí kapitola o investicích by se dala doplnit i v této sekci - housle zhotovené dnes svou cenu mohou zněkolikanásobit, zvláště pokud jsme vybrali výrobce, který svého věhlasu teprve dosáhne. Je nutné zmínit, že takováto volba je zejména pro člověka s pozitivním vztahem k riziku.

Výběr správného výrobce je velmi komplikovaným procesem, rozhoduje v něm intuice, osobní kontakt s výrobcem, umělcova minulost, případně ocenění ze soutěží a samozřejmě kvalita. Většina výrobců houslí nabízí zkušební období, ve kterém zákazník otestuje zvuk houslí a to, do jaké míry mu vyhovují, pokud se rozhodne housle vrátit, je mu

⁸⁴ Zdroj: Pri [online]. 2010 [cit. 2011-07-06]. China's violin-makers. Dostupné z WWW: <<http://www.pri.org/stories/world/asia/china-s-violin-makers1847.html>>.

⁸⁵ Zdroj: Alibaba [online]. 2011 [cit. 2011-08-06]. Chinese violins. Dostupné z WWW: <<http://www.alibaba.com/countrysearch/CN/violin.html>>.

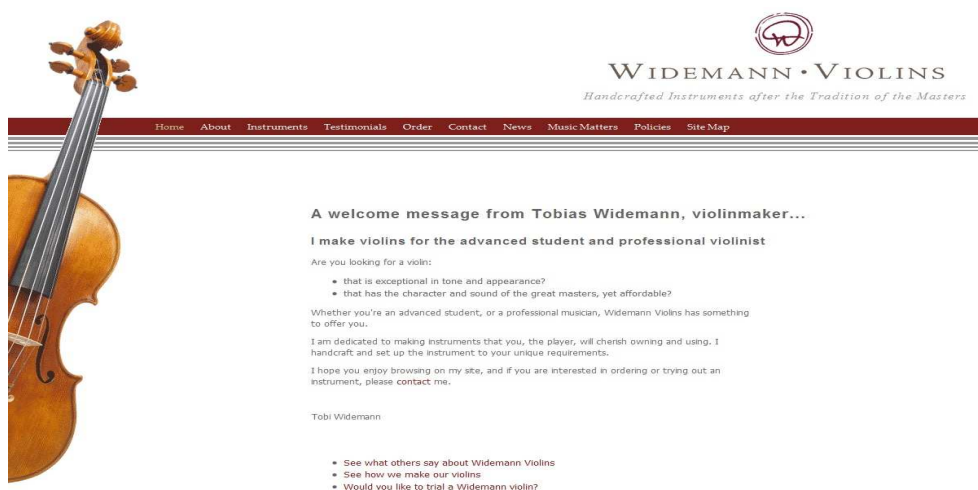
také vrácena záloha, obvykle ve výši ceny daných houslí. Pokud si je nechá, je mu vystavena faktura.

9.6.1 Webová prezentace a Ebay

O výběru může rozhodnout i první dojem z webové prezentace, ta by měla být přehledná, čistá, poskytující dostatek informací před samotným oslovením výrobce.

Příkladem může být novozélandský mistr, který na svých stránkách nabízí výrobu houslí na míru, ukázkou jeho práce či zmiňované zkušební období.

Obrázek 18 Ukázka webových stránek houslařského mistra⁸⁶



Velmi populární portál, kde můžete nakupovat a prodávat od použitého spodního prádla po ty nejdražší instrumenty, pokud jde o instrumenty, je tato volba velice riskantní, nástroj nelze vyzkoušet a majitel může zamlčet opravy, které na nástroji byly provedeny, ty se pak mohou v krátkém čase projevit a restaurování takové investice může ve finále přijít na větší než pořizovací částku.

9.6.2 Podpora houslařským školám v ČR

Ministr školství Josef Dobeš přišel s nápadem, jak zachránit výjimečné školy, kterým hrozí zrušení. Vytvoří seznam „rodinného stříbra“ mezi českými školami, a tato zařízení

⁸⁶Zdroj: Widemann [online]. 2010 [cit. 2011-07-06]. Widemann. Dostupné z WWW: <<http://www.widemannviolins.com/>>.

převeďte pod své ministerstvo.⁸⁷ Na seznamu „rodinného stříbra“, tedy škol podporovaných ministerstvem, by se měly objevit i školy houslařské, například z chebského kraje.

Houslařská škola, původně z Lubů, patří pod chebskou integrovanou školu od roku 2005. S chebskou se musela sloučit kvůli nesplnění zákonem stanoveného minimálního počtu žáků pro střední školy, a tím i vysokým nákladům. Obory Mechanik hudebních nástrojů a Uměleckořemeslná stavba hudebních nástrojů jsou naprosto výjimečné a hodně specifické.⁸⁸

10 Český webový houslový portál - příležitost?

10.1 Základní idea projektu

Projekt, který jsem se rozhodl rozvinout, by měl být především informativním rozcestníkem, který by věcnou formou kultivoval české investory a zájemce o tuto formu investice, protože oni jsou ti, kteří mohou zvrátit nastolené, odliv špičkových evropských nástrojů do asijských zemí, jak si uvědomuje nejen Jaroslav Svěcený, ale již i účastníci jeho přednášek o houslovém světě.

O šíření věhlasu českých nástrojů se zasloužila i mistrova publikace *Slavné evropské housle*, kde fotograficky dokumentuje evropské housle s nenuceným akcentem na pražské mistry. Hodnotu nástroje samozřejmě udává i marketingová hodnota značky, při oceňování je proto důležitá expozice v nějaké podobné edici. Věhlasu se musí jednoduše trochu pomoci. A to je i záměr mého projektu.

Příležitost na českém houslovém trhu vnímám tedy v absenci kvalitního houslově zaměřeného portálu, což jsem se snažil podpořit analýzou konkurence. Jednalo by se o místo jak pro každého českého houslistu, který chce diskutovat s lidmi jako je on o příbuzných tématech, tak pro zájemce - investora o tyto cenné nástroje, nebo člověka, kterého zajímá hodnota strunných nástrojů. Odkaz na portálu by vedl i na oceňovací služby, které, jak jsem se dozvěděl od pana Svěceného, jsou čím dál více vyhledávané. Stránka by mohla být z důvodu snazší propagace pod plnou záštitou pana Svěceného, který by vystupoval jako hlavní promotér stránek a nově vznikajícího „brandu“. Samotný web by vznikl na základech jeho osobních stránek, které jsou již etablovaným místem pro houslové fanoušky. Portál by

⁸⁷ Zdroj: *idnes* [online]. 2011 [cit. 2011-08-06]. Dobeš chce zachránit „rodinné stříbro“ mezi školami, bude je řídit ministerstvo Zdroj: http://zpravy.idnes.cz/dobes-chce-zachranit-rodinne-stibro-mez skolami-bude-je-ridit-ministerstvo-18d-/studium.aspx?c=A110104_161451_liberec-zpravy_alh. Dostupné z WWW: <http://zpravy.idnes.cz/dobes-chce-zachranit-rodinne-stibro-mez skolami-bude-je-ridit-ministerstvo-18d-/studium.aspx?c=A110104_161451_liberec-zpravy_alh>.

⁸⁸ Zdroj: SVĚCENÝ, Jaroslav. *Slavné evropské housle/Famous European Violins*. [s.l.] : [s.n.], 2009. 103 s. ISBN 9788090333796.

tedy nabízel příležitost být místem pro kulturní odkazy na houslové koncerty a další akce tématicky vhodné. Jednotlivé části portálu by měly zahrnovat:

- Fórum pro houslově spřízněné duše.
- E-shop na nákup houslí (po nějakém čase a důkladné úvaze).
- Oceňovací služby.
- Informace a případná doporučení pro investory.
- Propagace koncertů a akcí.
- Největší úsilí by stálo takovouto stránku udržovat stále zajímavou a pro návštěvníky atraktivní.

10.1.1 Konkurenční výhoda

Velkým vkladem je patronství pana Jaroslava Svěceného, ať už z pohledu jeho vloženého know-how, ale také všeobecné známosti jeho jména. Pokud chceme získat dominantní postavení na trhu v oceňování houslových nástrojů a možností investování, je velmi důležité vzbudit u nových zákazníků důvěru a k tomu je vklad známého houslového mistra neocenitelný.

Propojení několika klíčových prvků webu jako diskuzní portál, poradenské služby a odkazy na houslové události dělají z naší myšlenky jedinečnou platformu, která na českém trhu chybí.

10.1.2 Cílové segmenty trhu a jejich velikost

Poměrně úzce profilovaný zákazník vyžaduje také velmi specifický přístup komunikace. Naše cílová skupina čítá muzikantskou obec houslařů, investory, majitele starých nástrojů, které ještě neznají svou cenu a fanoušky Jaroslava Svěceného.

10.1.3 Tým

Za provozem projektu by měl stát zkušený programátor a webdesignér, kterého jsem vytipoval ještě před začátkem návrhu. Oceňování by bylo v režii pana Svěceného. Aktualizovat obsah na stránkách by měl na starost externí copywriter na smluvním základě. Zkušební provoz projektu by ukázal na potřebu najmutí dalších pracovníků.

10.1.4 Finanční cíle

Projekt by měl do roka sám sebe ufinancovat, vytvořením přirozené základny pro oceňování a prodej cenných houslových nástrojů, které vytváří peněžní příjmy v podobě dlouhodobého zhodnocení. Další příjmy by vytvářelo samotné oceňování. Monetizovat návštěvnost stránky prostřednictvím reklamní plochy by bylo také žádoucí. Finanční náročnost projektu spočívá zejména v prvotních nákladech na vybudování kvalitního webu, provozní náklady na údržbu serveru jsou již zanedbatelné a v řádech několika tisíců za měsíc. V případě vybudování formy e-shopu by náklady samozřejmě vzrostly.

10.1.5 Náklady

Náklady na vybudování funkčního a atraktivního portálu odhaduji na cca 50 - 60 tisíc korun s odhadem samotného tvůrce stránek, inovace domovské stránky pana Svěceného by byla žádoucí i bez těchto záměrů. Provozní náklady jsou minimální, copywriter by pracoval na bázi úkolové odměny, což by přišlo na zhruba 5 tisíc měsíčně.

10.2 Popis produktu

Oceňování starých houslí

Nosnou službou, kterou nabízíme zákazníkům, je oceňování starých nástrojů soudním znalcem s příslušnou certifikací. Ocenění probíhá na dvou úrovních. První - nezpлатněná - je hrubým odhadem na základě zaslaných fotografií online. Skutečně fundovaný odhad je možný až z fyzického prozkoumání nástroje v zázemí klubu Violino nedaleko Václavského náměstí. Může být nabídnut odkup houslí, o které projeví mistr Svěcený zájem, dále je poskytnut detailní popis a poradenství ohledně restaurátorských služeb.

Investice do strunných nástrojů

Poskytnutí informačního zázemí z relevantních zdrojů, informace o uskutečněných prodejkách na aukcích a historické údaje o zhodnocení houslových nástrojů. Nosnou myšlenkou by se měl stát monitoring prodejů cenných houslí na světových aukcích a dát tak investiční perspektivu případným zájemcům o vstup do houslového světa atraktivního zhodnocení. Podobnou službu nabízí ve světě například portál cozio.com (více v popisu zahraničních modelů).

Prodej houslí

Možnost prodat houslový nástroj, a to buď v rámci odkupu po ocenění, nebo prostřednictvím diskuzního portálu.

Nákup

Možnost nákupu starých houslí, které jsou inzerované v příslušné části webu, nebo po vybudování e-shopu i v této sekci.

Propagace houslových koncertů

Mnoho opravdu cenných nástrojů je ve sbírce mistra Svěceného, jejich nezaměnitelný zvuk a charakter je prezentován na mnoha jedinečných vystoupeních.

Diskuzní portál

Služba pro návštěvníky webu, kde se mohou setkávat všichni housloví nadšenci a zájemci o služby, ocenění starých nástrojů nebo investiční možnosti.

10.3 Analýza konkurence v Čechách

Základní analýzu konkurence se pokusím provést průzkumem indexace klíčových slov, které by případný zájemce o služby takového portálu mohl zadávat, využiji dvou nejužívanějších vyhledávačů na českém trhu, a to Seznam a Google. Jako potenciální klient očekávám, že budu nasměrován na komplexní konkurenční nabídku, nebo alespoň najdu základní vyřešení svého požadavku. Na počátku si stanovím výčet nejdůležitějších služeb, potažmo vyhledávacích slovních spojení. Zde jsou:

- Oceňování starých houslí,
- Investice do strunných nástrojů,
- Nákup houslí,
- Prodej houslí.

Atraktivitu houslového webportálu se pokusím zdůraznit na vyhledávanosti klíčového slova „housle“ v různých spojeních. To mi umožní nástroj Seznamu.cz, kde je ke každému slovu vedená statistika vyhledávání. Ta pro slovo housle vypadá následovně:

Obrázek 19 Počet vyhledávání obsahující slovo housle na seznamu.cz⁸⁹



Vzhledem k tomu, že je ambice našeho projektu komplexní napříč houslovým obsahem, můžeme považovat týdenní průměrnou návštěvnost za potenciální klientelu, pro kterou bychom měli náš koncept exponovat. O formách propagace se rozepíši v dalších kapitolách.

Nejužívanější slovní spojení, která obsahují slovo „housle“ podle statistiky Seznamu a Googlu.

Obrázek 20 Nejhledanější výrazy obsahující slovo housle podle seznamu.cz⁹⁰

Nejhledanější dotazy obsahující "housle"
Od 20. 05. 2011 do 22. 07. 2011

	Hledaný výraz	Rozšířená shoda	Přesná shoda
0	housle	265	—
1	housle prodám	21	11
2	elektrické housle	12	10
3	housle italske	11	2
4	housle koupím	9	7
5	housle pouzdro	9	0
6	housle na pouzdro	8	8
7	housle noty	7	0
8	cenne housle italske	7	7
9	housle prokop	6	2
10	housle prodej	6	1

Z relevantních spojení vidíme, že nejvyhledávanější je především prodej a nákup. Nejčastější je samostatné spojení „housle“, o motivaci k hledání v tomto případě můžeme jen spekulovat. Ze spojení „cenne housle italske“, můžeme odvozovat poptávku po ocenění starých houslí nebo investiční charakter tohoto výrazu.

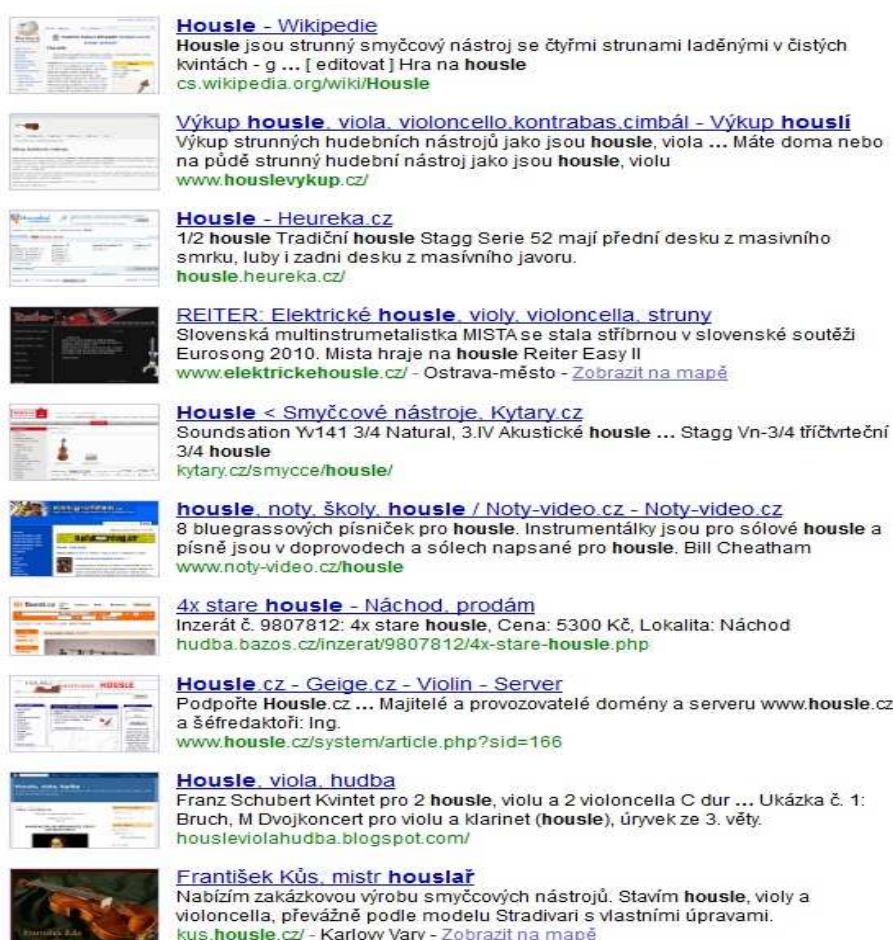
⁸⁹ Zdroj: Seznam [online]. 2011 [cit. 2011-08-06]. Výsledky hledání "housle". Dostupné z WWW: <http://search.seznam.cz/stats?collocation=housle&submit=Vyhledat+Seznamem>.

⁹⁰ Zdroj: Seznam [online]. 2011 [cit. 2011-08-06]. Výsledky hledání "housle". Dostupné z WWW: <http://search.seznam.cz/stats?collocation=housle&submit=Vyhledat+Seznamem>.

Další důležitou informací jsou weby, které se indexují na první stránce výsledků vyhledávání po zadání slova „housle“, tam bychom měli hledat naši nejvýznamnější konkurenci. Takové stránky jsou nejlépe SEO optimalizované na vyhledávané spojení. Předpokladem pro úspěšný internetový projekt je samozřejmě jeho optimalizace indexace na nejvýznamnějších vyhledávačích, tím se zabývá SEO optimalizace.

“ SEO optimalizace je metodologie upravování webových stránek takovým způsobem, aby byly lépe zpracovatelné vyhledávacími roboty, a zahrnuje i budování kvalitní odkazové sítě. Cílem je dosažení vyšších pozic na vybraná klíčová slova ve fulltextovém vyhledávání.“⁹¹ Podívejme se tedy, jak dopadla první desítka nalezených stránek po zadání klíčového slova „housle“.

Obrázek 21 Stránka výsledků klíčového slova housle na Seznamu⁹²



⁹¹ Zdroj: Webseo [online]. 2011 [cit. 2011-08-21]. Seo optimalizace. Dostupné z WWW: <http://www.webseo-optimalizace.cz/>.

⁹² Zdroj: Seznam [online]. 2011 [cit. 2011-08-06]. Výsledky hledání "housle". Dostupné z WWW: <http://search.seznam.cz/?aq=-1&oq=&sourceid=szn-HP&thru=&q=housle>.

10.3.1 Závěry analýzy nejlépe indexovaných webů s houslovou tematikou

Jako uživatel, který chce koupit nebo prodat housle, jsem našel několik dostačujících řešení, nikoliv však na úrovni, která by se dala označit za komfortní nebo přesvědčivou. Z těchto webů vybírám ty, které se nejlépe indexovaly a jsou nejbližší svým zaměřením projektu houslového webportálu.

a) Z hlediska nákupu a prodeje

www.houslevykup.cz - Web nabízející vykupování starých houslí, přestože se indexoval již na druhém místě ve fulltextovém vyhledávači Seznamu. Domnívám se, že je to spíše ukázka toho, že je v tomto odvětví velmi slabá konkurence. Web od pohledu budí nedůvěru, programován je bez nápadu a myšlenky. Dozvíme se jen to nejdůležitější. Záložky popis houslí a violy jsou víceméně prázdné. Velmi snadný soupeř k poražení. Náhled v příloze 5.

www.heureka.cz - Agregátor nabídek seřaditelných podle ceny a značky, vyhledávané uživatelské řešení pro mnoho zákazníků, kupujících na českém internetovém trhu. Jako hlavní nedostatek vnímám minimální fundovanost v oboru, jde čistě o agregátor nabídek obchodů s houslemi. Pokud bychom spustili webový obchod, je možná spolupráce.

www.kytary.cz – Nejsilnější konkurent na poli prodeje houslových nástrojů, specializuje se však na široké spektrum hudebních nástrojů, nejlepší marketingová komunikace ze všech indexovaných stránek. Slabinou je právě roztržité spektrum nástrojů a spíše masový komerční prodej bez výrazné špetky houslového „know-how“.

b) Z hlediska informačního a komunitního

www.housle.cz – Po prozkoumání českého internetového „smyčcového“ podhoubí jsem dospěl k závěru, že nejspecializovanějším a ryze komunitním houslovým webem jsou housle.cz, jde o portál, kde může uživatel podat inzerát, najít rozcestník na výrobce houslí, samotné houslaře, reklamní sdělení, na stránkách dokonce existuje sekce ukradených houslí. Je k dispozici i diskuzní fórum. Zaregistrovaných uživatelů je 508. Hlavním nedostatkem je zejména absolutní nedostatek programátorské invence, zastaralost a neatraktivita. Náznak konceptu je však ve své podstatě nejbližší tomu představovanému. Výhodou je lokalizace do němčiny a angličtiny.

Náhled v příloze 6.

<http://www.hudebni-scena.cz> – „Hudební-scéna je portál zaměřující se na hudební dění doma i v zahraničí a nabízí množství služeb svým návštěvníkům. Kromě sledování zpráv a novinek ze světa hudby umožňuje uživatelům publikaci vlastní tvorby a poslech děl jiných autorů. Svoje dojmy a poznatky pak můžou sdílet na diskusních fórech portálu. K hojně využívané službě patří také hudební bazar na stránkách webu nebo slovník hudebních pojmů.“⁹³ Nedostatkem je opět velmi neatraktivní design, velmi okrajový zájem uživatelů, v diskuzním fóru je jen několik aktivních uživatelů.

c) Z hlediska investičního charakteru (informace, prostředníci, poradenství, samotná realizace a ocenění houslí)

V tomto směru se ocitáme na téměř nepopsaném listu. Google ani Seznam uživateli nenabídnou žádnou stoprocentně relevantní stránku věnující se alternativním investicím do strunných nástrojů ani službu ocenění. Proto je v našem projektu kladen důraz především na osvětovou činnost a přiblížení se zákazníkům a investorům, kteří zvažují diverzifikaci svého portfolia cestou investice do strunných nástrojů. O formách investic jsem psal v odstavcích výše.

10.4 Inspirace na Zahraničních webech

Mnoho úspěšných tuzemských projektů má svůj předobraz v zahraničí, budiž příkladem rychle rostoucí start-up mého kamaráda Martina Wallnera⁹⁴, který nechal našeptat svým podnikatelským múzám na německém webu cereálního sortimentu, tam si zákazník může sám namíchat svou směs podle chuti a v praktických tubusech mu ji přiveze dovážková služba. V Čechách formát již celkem úspěšně funguje pod jménem Mixit.cz. Inspirace není podvodem, naopak. Dokázat převést zahraniční model do domácích podmínek chce velkou dávku odvahy a schopností. Proto jsem se porozhlédl za hranicemi koncovky.cz, zda narazím na vyzrálou formu portálu, který podle mého názoru v Čechách chybí. A narazil jsem.

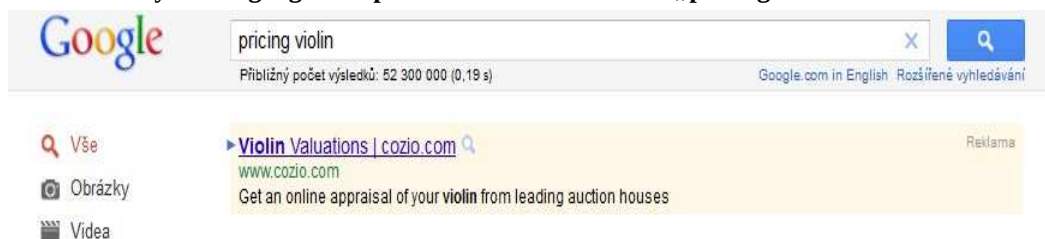
⁹³ Zdroj: *Hudebni-scena* [online]. 2010 [cit. 2011-08-06]. O nas. Dostupné z WWW: <<http://www.hudebni-scena.cz/doc/o-nas>>.

⁹⁴ Zdroj: *Mixit* [online]. 2011 [cit. 2011-08-06]. Mixit. Dostupné z WWW: <www.mixit.cz>.

10.4.1 www.cozio.com, je dobré mít správné vzory

Jeden z nejúspěšnějších houslových oceňovacích a informačních portálů na světě, se sídlem ve Švýcarsku, je propojením programátorské zručnosti, marketingu a informační hodnoty. Po zadání konkrétních spojení ve vyhledávači, např. „violin valuations“ je dokonce uveden v google ads, má propracovanou komunitní strategii a přes 9 500 fanoušků na facebooku.

Obrázek 22 Náhled výsledků google ads při zadání klíčového slova „pricing violin“⁹⁵



Základním posláním je shromažďovat registrace unikátních houslových nástrojů, sledovat dění v aukčních domech a monitorovat každý prodej, který se na nich odehrál. Je k dispozici statistika za několik desítek let. Svůj nástroj můžete nechat zaregistrovat, ocenit nebo prodat pomocí zaslání údajů a fotografií online. Mnoho informací je dostupných volně, stránka však nabízí další benefity pro platící členy. Monetizuje tak svoji kvalitu a zpřístupňuje následující sekce. Přístup je zpoplatněn následovně: 24 hodinový přístup za 10 dolarů, měsíční přístup za 14,95 dolarů a roční za 99,95 dolarů.

- Více jak 10 000 fotek nástrojů, mnohé jsou dostupné pouze prostřednictvím stránky Cozio.
- Současné ceny pro více jak 9 000 nástrojů. Prodej probíhá prostřednictvím zaregistrování nástroje, kupující tak vždy ví, kdo mu nástroj prodává, v záložce referenčního prodejce.
- Přístup k mnoha tiskovým materiálům ve formátu pdf.
- Využití online ocenění nástroje.
- Přístup na diskuzní fórum.
- Získávání newsletterů.

⁹⁵ Zdroj: Gogole [online]. 2011 [cit. 2011-08-06].

Uvádím náhled přehledného sumáře prodaných houslí, klient si tak může udělat obrázek o současných cenách starých houslí, případně dohledat roční valuaci neboli zhodnocení.

Obrázek 23 Náhled vyhledávače prodaných nástrojů⁹⁶

Query: All auction results
To see details about an instrument, click on the instrument's ID number

Number of results: 10457

ID	Maker ^ v	Type ^ v	Year ^ v	Auction Date ^ v	Auction House ^ v	Price realized*			
						0	\$	£	€
4772	Ruggieri, Giacinto	violin	1690c	Jun-21-2011	Brompton's	For members only			
9252	Unknown (attributed to C. A. Testore)	cello	1800c	Jun-21-2011	Brompton's	For members only			
15854	Unknown	violin	1700c	Jun-21-2011	Brompton's	For members only			
17323	Tourte (Père), Nicolas Pierre	cello bow	1750-60	Jun-21-2011	Brompton's	For members only			
19105	Wamsley, Peter	cello	1775c	Jun-21-2011	Brompton's	For members only			
19106	Betts, John	cello	1780c	Jun-21-2011	Brompton's	For members only			
19108	Chiocchi, Gaetano	violin	1871	Jun-21-2011	Brompton's	For members only			
19111	Marchetti, Edoardo	violin	1922	Jun-21-2011	Brompton's	For members only			
19112	Postiglione, Vincenzo (workshop of)	violin	1899	Jun-21-2011	Brompton's	For members only			
19113	Boullangier, Charles	violin	1860c	Jun-21-2011	Brompton's	For members only			
19114	Bisiach, Sr., Leandro	violin	1897	Jun-21-2011	Brompton's	For members only			
19116	Sartory, Eugène	cello bow	1880-1942*	Jun-21-2011	Brompton's	For members only			
19117	Wamsley, Peter	violin	1760c	Jun-21-2011	Brompton's	For members only			
19412	Unknown	violin	17xx	Jun-21-2011	Brompton's	For members only			
19107	Cavani, Giovanni	viola	1900	Jun-21-2011	Brompton's	For members only			
19109	Marchetti, Enrico	violin	1882	Jun-21-2011	Brompton's	For members only			
19110	Sgarabotto, Pietro	violin	1949	Jun-21-2011	Brompton's	For members only			
19115	Guadagnini, Giovanni Battista (workshop of)	violin	1780c	Jun-21-2011	Brompton's	For members only			
289	Stradivari, Antonio	violin	1721	Jun-20-2011	Tarisio's	For members only			
10378	Ruggieri, Vincenzo	violin	1717	Jun-20-2011	Tarisio's	For members only			

Number of results: 10457

Výsledky je možné přefiltrovat zvolenými podmínkami, jako je datum uskutečnění aukce, houslařský mistr a také typ houslí.

Obrázek 24 Náhled vyhledávače houslových nástrojů⁹⁷

Auction Results

To select multiple items in a box, hold down the Ctrl button.

Auction houses:	Auction dates:	Makers:	Types:
Tansio's	*All auction dates	* All Makers	All types
Tepper Galleries	Jun 21 2011	Adam (Grand Adam), Jean	violin
Troostwijk Auction House	Jun 20 2011	Adam, Jean	viola
Unknown	Jun 9 2011	Adam, Jean Dominique	cello
Vichy Enchères	May 14 2011	Albani, Joseph	double bass
Westbourne Industries	May 5 2011	Albani, Matteo	small violin

Sold instruments only: ☐ "By" maker only: ☐ Records only: ☐

⁹⁶ Zdroj: Cozio [online]. 2011 [cit. 2011-08-06]. Cozio. Dostupné z WWW: <www.cozio.com>.

⁹⁷ Zdroj: Cozio [online]. 2011 [cit. 2011-08-06]. Cozio. Dostupné z WWW: <www.cozio.com>.

Na úvodní straně nabízí web sekci novinek, aktuální prodeje, registrace nových houslí, náhled nejžhavějších témat na diskuzním fóru, nadcházející aukční události a obsahuje i sekci, kde představuje jednotlivé housle, můžeme se seznámit s jejich historií, datem vzniku a obdrženími certifikáty apod.

Dalším významným portálem o houslovém světě v zahraničí je zmiňovaný web violinist.com, který nabízí diskuzní prostor a dále prodejní inzerci a možnost zaregistrování pro houslové výrobce z celého světa.⁹⁸

10.5 Propagace houslového webportálu

Jedním z nejdůležitějších úkolů pro houslový web portál je komunikační strategie. Jak oslovit naši cílovou skupinu? Kdo to vůbec je? Na tyto otázky se pokusím odpovědět v následující kapitole. Rozpočet vzhledem k marketingovým nástrojům, které navrhuji, by neměl překročit desetitisícovou částku za měsíc, těžištěm je především spolupráce s odbornými periodiky a akademickou obcí.

10.5.1 Komunikační mix pro investory

Oslovujeme houslaře, investory, hudební nadšence a v neposlední řadě majitele houslí, na které se třeba práší kdesi na půdě. Prostor je tedy široký.

10.5.1.1 Tiskoviny

Důležitá je tématická blízkost s daným médiem, pokud chceme propagovat investiční smysl našeho portálu, vhodným periodikem by byl například časopis Ekonom, kam by se umístil článek o alternativních investicích s houslovým drobnohledem. Marketingovou podporu by vytvořila známost a záštita pana Svěceného, který má o problematice široké znalosti a je akreditovaným soudním znalcem v oceňování houslí. Článek by podpořily statistiky a fakta o houslích jako investičního diverzifikačního artiklu. Nemuselo by jít o ryzí placenou reklamu, ale o fundovaný článek, který by nenuceně odkazoval na náš portál jako jednu z mála skutečných informačních křižovatek.

10.5.1.2 ČT 24, ekonomické zpravodajství

Navázat kontakt s ekonomickou rubrikou a nabídnout námět pro reportáž. Reklama klasického charakteru by nebyla příliš efektivní, oslovujeme velmi profilovanou cílovou skupinu.

⁹⁸ Zdroj: Violinist [online]. 2011 [cit. 2011-08-23]. Dostupné z WWW: <<http://www.violinist.com/>>.

10.5.1.3 Přednášky na školách ekonomického zaměření

Osvěta v oblasti investic do houslí by měla začínat na akademické půdě. Má alma máter nabízí pestrou skladbu možných příležitostí k přednáškám od předmětů, jako je např. Marketing umění a kulturního dědictví pod vedením paní inženýrky Jitky Černé, která již přednášky pana Svěceného hostí, nebo další předměty jako Osobní a rodinné finance či předmět Společnost spotřeby pana inženýra Luboše Smrčky. Vysoká škola ekonomická je velmi otevřený prostor pro přednáškové hostitelství, zvláště pokud jde o podobně zajímavou látku.

10.5.1.4 Lead Generation marketing

Tento marketingový princip vychází především z trendu, kdy zákazníci začínají být apatičtí k přímým reklamním sdělením. Je tedy třeba je přimět k vlastní akci a přeměnit marketingový tlak na tah.⁹⁹ Zákazník v podstatě přichází ke dvěma modelům, jedním z nich je agregátor nabídek, například ve finančním trhu, přehledně srovná jednotlivé produkty mnoha společností. Klient vybere ten nejlépe hodnocený, odešle své kontaktní údaje a následně je kontaktován představitelem dané společnosti. Provize pak putuje právě do kapsy prostřednické stránky, která generuje tyto „leady“ v podobě vysoce atraktivních poptávek, jež jsou výsledkem aktivního zájmu klienta. Druhou možností je pak informativní stránka věnující se jen jednomu produktu.

Jakýmsi spojením je potom stránka tvářící se jako nezávislý agregátor, nicméně funguje na bázi „jediného správného produktu“, kdy je záměrně porovnávána ta statistika, ve které je produkt dominantní nebo pracuje s lehkým zkreslením dat, nezapočítání nějakých nákladů apod. Potom je tento model na tenkém ledě klamavé reklamy.

Příkladem fungujícího lead generation businessu jsou například srovnávače pojištění.cz, top-pojisteni apod. Smlouvy jsou uzavřeny s jedním a více pojišťovnami, což pomáhá k vyšší objektivitě srovnání.

Tento model funguje především v oblasti financí, existují snahy přetavit ho do dalších oblastí například obchodu s elektřinou. Každé podnikání, které má své jádro na internetu, se potřebuje, jak jsem již zmínil, umístit na nejvyšších příčkách vyhledávačů. Klíčové spojení investice, výnosnost, alternativní investice, bychom měli pro tyto agregátory optimalizovat skutečně co nejlépe, je to nejdůležitější aspekt celého lead generation. Pak už zbývá jen klienta zaujmout a nalákat do svých virtuálních pavučin.

⁹⁹ Strategie Push a Pull. Push je strategií přímého oslovení a Pull je aktivní přístup klientů. Obecně v marketingu Push varianta je oslovování přímo klienta a Pull je pobízení distribučních mezičlánků.

V Čechách je jednou z nejúspěšnějších společností zabývajících mimo jiné lead generation bussinesem společnost Elephant Orchestra, která již v roce 2009 pracovala s obratem 56 miliónů korun v této oblasti.¹⁰⁰

Pokud bychom se tedy bavili o houslích jako o investici, bylo by zajímavé spolupracovat s agregátorem investičních možností porovnávajících výnosnost tak, aby tato forma investice např. do podílových fondů, pokud by na trhu již existovaly, nebo do zhodnocení houslí obecně, byla na nejvyšších příčkách a vedla tak movitého investora k možnostem investic v houslových nástrojích. Tento model je spíše námětem pro další a podrobnější práci, která by se zabývala jeho rozpracováním.

10.5.2 Komunikační mix pro muzikanty, nadšence a obyčejný lid

10.5.2.1 Cílený personal marketing

Hlavní složkou marketingu zaměřeného na širokou houslařskou obec by měla být neekonomičtější forma, která se nabízí a která přesně odpovídá našim požadavkům. Marketing klíčových slov a marketing sociálních webů je proto ideální.

10.5.2.1.1 Google Ads + Sklik Seznamu

Google Ads a potažmo Sklik je formou přímého online marketingu, kdy se naše reklama zobrazuje uživatelům, kteří do vyhledávače zadali některé z cílových klíčových slov, a tedy projevíli aktivní zájem o věc. Není stanovená žádná minimální délka kampaně a můžeme reklamu lokalizovat pro různé země nebo dokonce zvolit dosah reklamy například do vzdálenosti 20 km od místa firmy. Tuto službu lze nastavit velmi flexibilně pro jakýkoliv typ rozpočtu tak, že lze zadat například maximální hranici na jeden den a cenu za jeden „rozklik“. Platí se za skutečné „rozkliky“, a tak jde o velmi ekonomické řešení. Služba dále disponuje zajímavým nástrojem strategické kalkulace, kdy před rozhodnutím zjistíte frekvencovanost klíčového slova a naznačenou velikost konkurence, jde tedy o velmi exaktní analýzu. Reklama se zobrazuje v horní části google vyhledávače.¹⁰¹ Přikládám printscreen tabulky odhadnutých nákladů na klíčové slovo housle. Počet zadaných spojení se slovem housle je celosvětově 14 800, pravděpodobný denní „rozklik“ kolem 14 vzhledem k tomu, že portál nabízí celou šíři témat, je solidní číslo a tito klienti by se na náš web mohli podívat. Měsíční

¹⁰⁰ Zdroj: *Produktové listy* [online]. 2010 [cit. 2011-08-05]. Špatně pojištěno. Dostupné z WWW: <<http://www.produktovelisty.cz/penzijni-pripojisti/clanky/ruzne/309-spatne-pojisteno-cz.html>>.

¹⁰¹ Zdroj: *Google* [online]. 2011 [cit. 2011-08-21]. Google ad words. Dostupné z WWW: <https://adwords.google.com/o/Targeting/Explorer?__u=10000000000&__c=10000000000&ideaRequestType=KEYWORD_IDEAS#search.none>..

Obrázek 25 Odhad ceny na Google Ads

Skvělým synergickým efektem se přirozeně může stát propojení vyhledávanosti jména pana Svěceného, který je z analýzy statisticky poměrně frekventovaně zadávaný do vyhledávačů, podle google ads dokonce 880 shod měsíčně. Je to další argument pro propojení jeho jména s naším portálem.

Nástroje

Návrhy klíčových slov

Odhad provozu

Zahnout výrazy

Vyloučit výrazy

Typy shody

☒ Volná
☐ [Přesná]
☐ "Frázová"

Nápověda

Jaké nové funkce nabízí aktualizovaný Nástroj pro návrh klíčových slov?

Jak lze pomocí Nástroje pro návrh klíčových slov získat návrhy klíčových slov a odhad provozu?

Jak lze získat další návrhy klíčových slov pomocí kategorií

Najít klíčová slova

Na základě jedné nebo několika následujících možností:

Slovo či sousoví (jedno na řádek)

Web

jaroslav svčený

☐ Zobrazit pouze návrhy, které úzce souvisejí s mými vyhledávacími dotazy
☒ Pokroklé možnosti a filtry

Mista:Vše

Jazyky:čeština

Zařízení: Stolní počítače a notebooky

Hledat

Chcete-li zobrazit úplnou sadu návrhů pro toto vyhledávání, [přihlaste se pomocí přihlašovacích údajů AdWords](#).
 [O tomto údaji](#)

Stáhnout

Zobrazit jako text

Další podobné výsledky

Kritérium řazení: Relevance

Sloupce

Vyhledávací dotazy (1)

Klíčové slovo	Konkurence	Celosvětový objem vyhledávání za měsíc	Místní objem vyhledávání za měsíc
☒ jaroslav svčený		880	880

Přejít na stránku: 1

Zobrazit řádky: 50

1-1 z 1 položek

Návrhy klíčových slov (1)

Klíčové slovo	Konkurence	Celosvětový objem vyhledávání za měsíc	Místní objem vyhledávání za měsíc
☒ svčený jaroslav		880	880

Přejít na stránku: 1

Zobrazit řádky: 50

1-1 z 1 položek

72

10.5.2.1.2 *Reklama na facebooku - sdílím, tedy jsem*

Kdo není virtuálním profilem na sociální síti, snad jakoby ani nebyl. Na facebooku je registrováno přes 3 300 000 českých účtů, facebook jako marketingový nástroj je tedy velmi relevantní formou propagace jakéhokoliv odvětví. Sdílení osobních zájmů a preferencí uživateli je cestou k oslovování konkrétních cílových skupin. Průmysl jménem facebook si je toho dobře vědom a nabízí velmi uživatelsky přívětivé nastavení reklamy, která se objevuje přesně vymezené skupině lidí. Můžete propagovat již založenou fanouškovskou skupinu, kterou na facebooku vytvoříte pro sdružování skupiny lidí se stejným zájmem, nebo samostatnou url stránku. Výhody jsou opět velmi exaktní kalkulace nákladů a zacílení.

Jako autor již existující skupiny Young Art Lovers, která je formou spolupráce s galerií Dvorak Sec Contemporary k propagaci výstav a přednášek, jsem vyzkoušel konkrétní možnosti, které reklama na facebooku pro takovou skupinu poskytuje. V první řadě vám systém nabídne, v jaké záložce a části webu chcete zprávu propagovat, navrhnete vlastní reklamní slogan, banner se vytvoří z profilového obrázku skupiny. Dále si zvolíte, jestli chcete promovat jen v tuzemsku nebo i v ostatních zemích, specifikovat lze i konkrétní města. Zacílit můžete demograficky na ženy nebo muže, nastavit kritéria věku, a to buď formou přesné shody, nebo věkového intervalu. Přifiltrování cílové skupiny lze i pomocí kritéria zálib a zájmů, které uživatel může uvádět, a tak je oslovování ještě adresnější. Systém průběžně upravuje na základě kritérií počet uživatelů, kteří budou osloveni. Takže pokud oslovuji skupinu bez rozdílu pohlaví od minimálního věku 13 let v ČR, dostávám číslo 3 300 000, pravděpodobnost, že zaplatím za rozklik od uživatele, který už se na web nevrátí, je ale velká, proto rozšířím filtr o zájmy a záliby. Např. „hudba“, soubor se redukoval na 275 360 uživatelů. A takto lze pokračovat - „house“, „investice“ apod. Čím specifikovanější soubor, tím lépe.

Pokud jde o ceny a rozpočet, lze vybrat měnu, ve které se bude účtovat, dále maximální sumu, kterou lze vyčerpat, a to buď na denní bázi, nebo intervalově na zvoleném časovém úseku. Nastavím pro představu 5 000 Kč. Systém vygeneruje konkurenční prostředí, ze kterého vzejde cena za proklik nebo impresi tak, aby reklama měla velkou pravděpodobnost na zobrazení v dané cílové skupině. Podnastavení sumy pak vede k horším „vyskakovacím“ pravděpodobnostem z důvodu konkurenčního prostředí.

Nabídka pro zvolenou cílovou skupinu při rozpočtu 5 000 Kč na měsíc je podle systému optimální při ceně za rozklik 15,84 – 17,88 CZK.

10.5.2.2 PR články do kulturních a ekonomických rubrik magazínů

Atraktivní formou komunikace jsou PR články, kdy lze k tématu připojit zajímavý příběh nebo událost. Pro oslovení širší cílové skupiny jsem vybral například kulturní rubriku webu tn.cz, který pokrývá, řekněme, širokou základnu čtenářů. Takovým článkem by mohl být příběh houslí, které urazily cestu ze zaprášené půdy do rukou houslového mistra, který je znalecky ocenil.

10.5.2.2.1 *Příběh houslí, ... z půdy do rukou houslového mistra*

Je pátý květen 1928, v závodě na výrobu houslí Andrease Schrottera v obci Krajková vzniká jeden z mnoha poctivých nástrojů své doby, ty v rukách muzikantů, studentů a učitelů z širokého okolí nachází svá uplatnění. Roky plynou, přizneme se druhá světová válka, český národ je utlačován a osvobozován a znovu utlačován těmi, kteří osvobozovali, a struny pořád znějí, příběh houslí zvolna uplývá kdesi poblíž Mariánských lázní.

Je rok 2011, houslím táhne na třiaosmdesát. Jsme na zaprášené půdě. Do schodů právě stoupá jeden zvědavý kluk s ekonomickým vzděláním, aby vyprávění dal alespoň nějakou pointu. Jejich cesta tak vede k odborníkovi na oceňování těchto strunných nástrojů. K Jaroslavu Svěcenému.

Obrázek 27 Fotografie oceňovaných „houslí z půdy“¹⁰³



Futrál se s napětím otvírá . . .

„Panejo, chudinky, ty jsou hodně zaprášený od kalafuny...“

¹⁰³ Fotografie houslí, které jsem nechal mistrem Svěceným ocenit v jeho houslovém klubu Violino.

„Já se na to nemůžu koukat, ta kobylka má dost, to už je skoro exitus, ta je křivá, i když je povolená.“

„Podíváme se, co je na štítku uvnitř houslí (*30/05 1928 nach System. Schrotter harm. Abstimmung durch Baßbalkenspannung (kein Auskratzen) u. Ollackierung ANDR. SCHROETTER, Geigenbauanstalt, Gossengruen, Boehmen*), ano Schroetter, to byl takový vynálezce, který věřil, že když všechno upraví přesně podle svých propočtů, tak to bude geniálně znít.“

„Jde tedy o tovární housle, je třeba vycházet z několika bodů, co je to za nástroj, v jakém stavu, na první pohled vypadá nástroj dobře, ale když se podíváte zblízka, je velmi popraskaný, luby nástroje jsou vylezlé, což je potřeba spravit. Housle pravděpodobně navštívil červotoč, pokud se na nástroj hraje, tak ho vibrace při hraní vyženou.“

„Je hezké, že je nástroj šiftovaný, což dělal pan Schroetter, nicméně se mu to moc nepovedlo, je to trochu nakřivo.“

„Určitě stojí za to nástroj opravit, nemá baculatý tvar, podle starých archaických německých typů, a tak by mohly ještě docela slušně hrát.“

„Nástroj je typický sudetský typ tehdejší doby, je to rozhodně školní kus, který by své upotřebení našel, smyčec je v rozkladném stavu, tady vidíte, že je prasklý, a to durch. Tam oprava nemá smysl. Housle v tomhle stavu bez opravy jsou nástroj za zhruba tři tisíce, oprava by byla nejspíš nákladnější. Na tovární kus je to hezká práce, vykládání je velmi hezké.“

„Aby se na to psal soudně znalecký posudek, to by musel být nejspíš kvalitativně ve stejné cenové hladině jako samotný nástroj.“ (smích)

Obrázek 28 Fotografie mistra Svěceného při práci¹⁰⁴



¹⁰⁴ Fotografie houslového mistra oceňujícího staré housle.

Ve vzduchu ještě víří zrnka kalafuny, když zavíráme futrál s houslemi od Andrease Schrottera, studentova zvědavost byla uhašena, nástroj znalecky oceněn a příběh jedněch houslí napsal další kapitolu. Housle z půdy po pradědečkovi mi nepřinesly bohatství, ale svou neocenitelnou emocionální hodnotu si zachovaly. A ať už jejich cesta povede zpět na půdu, nebo jim oprava vdechne nový život, něco po sobě zanechaly, přes nepřízeň času hrály k radosti svých majitelů. Tak místo tečky za větou alespoň ještě jednu notu ♪

Soudně znalecký posudek a jeho postup

„Nejprve se odborník přesvědčí, zda jde o ruční nebo tovární výrobu. Dále je třeba znát datum výroby, pokud jde o ruční výrobu, tak jméno houslaře, každé jméno má svoji vypovídající hodnotu. Zcela zásadní je zachovalost nástroje, zvláště u levnějších nástrojů má význam pro jejich další upotřebení. Oceňování houslí probíhá prakticky stejně, jako je tomu u uměleckého díla, obrazu. Dominantním rysem, zejména pro aktivní houslisty, je zvuk, díla velkých mistrů a zvukově vynikající nástroje jsou pochopitelně vyhledávanější. Ověření pravosti nástroje je dalším bodem stanovující jeho hodnotu, a to u všech komponentů, pokud není například původní hlavička, hodnota nástroje klesá až o 30 %. Typ nástroje hraje významnou roli, jaký má tvar, archaické typy nebo typy s příliš výrazným klenutím nenachází dnes již své uplatnění, preferují se italské modely, ploché s nízkou strukturou. „Břichaté“ nástroje, pokud nejsou dílem nějakého významného mistra, mají velký znehodnocující efekt na cenu. Investičně se dnes vyplácí investice do italských houslí moderního typu, které jsou 90 až 100 let staré, jejichž cena výrazně roste. U špičkových jmen se cena může vyšplhat do řádů statisíců až milionů euro. Velmi nevhodnou investicí jsou velmi staré, avšak manufakturně vyráběné instrumenty, jejich peněžní hodnota již roste jen velmi minimálně nebo vůbec.“¹⁰⁵

¹⁰⁵ Zdroj: Rozhovor s Jaroslavem Svěceným v klubu Violino o oceňování houslových nástrojů ze dne 19. 1. 2011.

10.6 SWOT analýza

Tabulka 6 SWOT analýza houslového portálu

Strenghts-Silné stránky	Weaknesses-slabé stránky
Záštitu věhlasného houslaře Jaroslava Svěceného	Malé povědomí o investicích do houslí
Malé konkurenční prostředí	V ČR zatím neexistuje podílový fond, který investuje do houslí
Nákladová nenáročnost	
Komplexnost služeb a informací	
Soudně znalecké posudky nástrojů	
Opportunities-příležitosti	Threats-hrozby
Trend objevovat nové formy alternativních investic	Finanční „bublina“ vytvořená čínskými sběrateli
Komplexnost služeb a informací	
Ve světě je forma investic do houslí běžnou formou ukládání kapitálu	

10.7 Analýza rizik

Celý projekt je poháněn především zvukem smyčců a nadšením pro věc, jeho kapitálová nenáročnost a symbióza s osobními stránkami pana Svěceného z něj dělají v jistém smyslu experimentální osvětovou činnost, která ověří zájem o tuto tematiku. Hrozba nezájmu uživatelů by tak byla vyčíslena jen malými finančními ztrátami, pokud jimi chápeme investici do zkvalitnění self promotion mistrova jména a několika jedinečných služeb, které na českém trhu, podle mého názoru, chybí. Minimalizování hlavního rizika, tedy nezájmu ze strany naší cílové skupiny, by byla dosažena kvalitní a hlavně ekonomicky nenáročnou komunikací s médii, jak jsem uvedl v kapitole výše.

Charakter přípravné fáze, kterou popisuji, je především v primární analýze současného stavu konkurence a otevření diskuze nad dalšími možnostmi spolupráce na tomto projektu, který má však jasnou ambici směřování. Dalším krokem by bylo vytvoření důkladného podnikatelského plánu.

11 Závěr

Pokud bych mohl cestovat časem, určitě bych investoval peníze do akcií Applu a ještě o pár let dříve prošel antikvariáty u Mánesa, kde údajně bez povšimnutí ve výloze visely obrazy Toyen za nepatrný zlomek částky, kterou dnes tato uznávaná česká malířka dvacátého století udivuje aukční síně. Její obrazy se prodávají za miliony korun. Pokud bych se vrátil v čase, znal bych výsledky sportovních zápasů a jednoduše bohatnul.

Moje práce byla v jistém smyslu cestou v čase, spíše ohlédnutím, statistickým zpětným zrcátkem, ve kterém, pevně doufám, byla vidět opodstatněnost uměleckých investic. Žádný index s jistotou nedává záruku bohatství, ale také nelze vyvrátit, co je černé na bílém - při vyváženém portfoliu, kde jsou zastoupeny finanční nástroje širokého spektra, umění poskytuje neocenitelnou službu minimální korelace s burzovním trhem. Diverzifikační účel umění je v mé práci nezpochybnitelně dokázán, samozřejmě s vědomím sofistikovaného poradenství. Ne každé umění je vhodné jako investiční artikl. Pražské aukční domy vykazují rok od roku vyšší zájem o dražby uměleckých děl, nacházejí se první majitelé drahých houslových nástrojů, kteří si uvědomují atraktivitu jejich zhodnocení.

Smysl projektu, který jsem se pokusil navrhnout, vnímám především v optice obrovského potenciálu a zároveň v současnosti probíhajícího souboje o zachování houslového dědictví Evropy, které mizí v asijských zemích. Asijské tygři loví evropské housle až příliš snadno.

Fenomén patriotismu rozpožehává celý trh s uměním, bohatí sběratelé Indie, Číny, Brazílie a dalších zemí, pociťují důležitost návratu uměleckého dědictví do vlasti. A takovou ambici má ve skrytu duše i projekt houslového web portálu.

Trh s uměním prochází v posledních letech bouřlivým obdobím, zejména v zahraničí, kde došlo k boomu investičních fondů. Jejich neúspěch je vnímán citlivěji než u klasických burzovních trhů. Investoři do podílových fondů s uměním reagují na pády přehnanou nedůvěrou, která zapříčiňuje jejich zánik v počátcích. Nedůvěrou, pramenící z nedostatku transparentnosti, vnitřní hodnota umění bude vždy zahalena tajemstvím a nezbude než věřit v předchozí úspěšné prodeje.

Navzdory občasnému protivětru se domnívám, že nastolený trend růstu zájmu o toto odvětví potrvá a za pár let někdo znovu napíše: „Kdybych se vrátil v čase do roku 2011, investoval bych do toho tenkrát nepovšimnutého umělce.“ To, co z umění dělá o tolik

krásnější investiční nástroj, než jaké známe, je hlavně vášeň. Jak napsal Josef Čapek: „Umění je více nepokoj než jistota: vždycky je v něm veliká složka touhy.“

12 Literatura

Knížní publikace

- SVĚCENÝ, Jaroslav. Slavné evropské housle/Famous European Violins. [s.l.] : [s.n.], 2009. 103 s. ISBN 9788090333796.
- HOŘEJŠÍ, Bronislava a kol.. *Mikroekonomie*. Praha : Management Press, s.r.o., 2010. 576 s. ISBN 978-80-7261-218-5.
- SMRČKA, Luboš . *Rodinný rozpočet a společnost spotřeby*. Praha : Profesional Publishing, 2008. 304 s. ISBN 9788086946788

Magazíny

- Magazín Art+Antiques 2008/05

Odborné studie

- ROSS, Myron H.; ZONDERVAN, Scott. Economic Inquiry 1989 [cit. 2011-06-06]. Capital gains and the rate of return on a Stradivarius. Dostupné z WWW: <http://findarticles.com/p/articles/mi_hb5814/is_n3_v27/ai_n28584127/>.
- BRONSON, Robert E.; YATES, Anne V. Marketclues [online]. 2000 [cit. 2011-08-06]. Bronson Asset Allocation Cycles. Dostupné z WWW: <<http://www.marketclues.net:777/www.morphocycles.com/literature/BAAC.htm>>.
- www.EHRMANN, Thierry. Artprice [online]. 2010 [cit. 2011-08-07]. Contemporary Art Market 2009/2010 The Art price annual report. Dostupné z WWW: <<http://imgpublic.artprice.com/pdf/fiac10en.pdf>>.
- Mamarbachi, Raya, Day, Marc and Favato, Giampiero, (2008), Evaluating art as an alternative investment asset, *Journal of Financial Transformation*, 24, issue, p. 63-71, Dostupné z WWW: <<http://econpapers.repec.org/RePEc:ris:jofitr:0824>>.
- www.FINLEY, Tony; PAPIER, Edward. Familyofficeassociation [online]. 2008 [cit. 2011-07-06]. Investing in rare violins and cellos. Dostupné z WWW: <http://familyofficeassociation.org/dwnld/NWSLTR_violin.pdf>.
- GRADDY, Kathryn. Voxeu [online]. 2008 [cit. 2011-06-08]. Are violins a good investment? Dostupné z WWW: <<http://www.voxeu.org/index.php?q=node/846>>.

- MEI, M.; MOSES, H. *Artasanasset* [online]. 2011 [cit. 2011-08-11]. The Mei Moses Fine Art Index. Dostupné z WWW: <<http://www.artasanasset.com/main/>>.

Nestrukturovaná interview a přednášky

- Rozhovor s Jaroslavem Svěceným v klubu Violino o oceňování houslových nástrojů ze dne 19. 1. 2011.
- Přednáška Jaroslava Svěceného na téma houslových nástrojů na VŠE ze dne 11. 4. v předmětu 3MG492, dostupná na serveru www.multimedia.vse.cz.

Internetové zdroje

- www.globalfunddata.com [online].
- www.Artinfo.com [online].
- www.Archive.aweber.com [online].
- www.Novinky.cz [online].
- www.Artnewsblog.com [online].
- www.Artprice.com [online].
- www.Nytimes.com [online].
- www.Ftadviser.com
- www.Caslon.com [online].
- www.Artmarketresearch.com [online].
- www.Artplus.cz [online].
- www.Vrl-financial-news.com [online].
- www.Moneycontrol.com [online].
- www.Moneylife.com [online].
- www.High-interest-deposits.com [online].
- www.Arthanka.cz [online].
- www.Bankers.asn.au [online].
- www.Arcadja.com [online].
- www.Violin advisor.com [online].
- www.Bloomberg.com [online].
- www.Pri [online]. 2010

- www.Stradivariinvest.com [online].
- www.Florianleonhard [online].
- ŠVÝCARSKÝ, Ivan. S-violin [online].
- www.idnes.cz [online
- www.Widemann.com [online].
- www.mohapl.dyndns.com [online].
- www.Hudebni-scena.cz [online].
- www.Cozio.com [online].
- www.Produktove listy.cz [online].

13 Seznam obrázků

Obrázek 1 Korelace s jinými druhy aktiv.....	18
Obrázek 2 Porovnání výkonnosti umění podle indexu Mei Moses a akciového indexu Standard & Poor's 500.....	17
Obrázek 3 Zhodnocení jednotlivých forem umění od roku 1990 podle serveru Art Price	17
Obrázek 4 Poměr celkových dražených položek a tržeb, který připadá dvěma největším aukčním síním	23
Obrázek 5 Srovnání výkonnosti umění oproti burzovním indexům	29
Obrázek 6 Ukázka výstupu indexu důvěry v umělecký trh serveru artprice.com.....	30
Obrázek 7 Český index Art+	31
Obrázek 8 Roční nárůst vysoce příjmových osob	32
Obrázek 9 Struktura požitkových investic HNWI	32
Obrázek 10 Rozložení portfolia vysoce příjmových jednotlivců.....	33
Obrázek 11 Srovnání výnosnosti umění s ostatními aktivy podle indexu Fine Art Fund.....	33
Obrázek 12 Podoba rozložení investičního portfolia Fine Art Fund.....	35
Obrázek 13 Bod efektivního portfolia.....	40
Obrázek 14 Výpočet koeficientu beta	42
Obrázek 15 Srovnání investičních nástrojů pohledem rizika a výnosů	43
Obrázek 16 Návratnost investice do houslí mezi lety 1850-2006.....	51
Obrázek 17 Zhodnocení různých druhů houslařských škol	52
Obrázek 18 Ukázka webových stránek houslařského mistra	58
Obrázek 19 Počet vyhledávání obsahující slovo housle na seznamu.cz	63
Obrázek 20 Nejhledanější výrazy obsahující slovo housle podle seznamu.cz	63
Obrázek 21 Stránka výsledků klíčového slova housle na Seznamu.....	64
Obrázek 22 Náhled výsledků google ads při zadání klíčového slova „pricing violin“	67
Obrázek 23 Náhled vyhledávače prodaných nástrojů	68
Obrázek 24 Náhled vyhledávače houslových nástrojů.....	68
Obrázek 25 Odhad ceny na Google Ads	72
Obrázek 26 Počet hledaných klíčových slov „Jaroslav Svěcený“	72

Obrázek 27 Fotografie oceňovaných „houslí z půdy“	74
Obrázek 28 Fotografie mistra Svěceného při práci	75

14 Seznam Tabulek

Tabulka 1 Index Mei Moses	16
Tabulka 2 Nejdražší prodané obrazy v roce 2010 podle artprice.com	22
Tabulka 3 Výhody fondů a sběratelství	24
Tabulka 4 Nejdražší prodané houslové instrumenty	50
Tabulka 5 SWOT analýza investic do houslí	55
Tabulka 6 SWOT analýza houslového portálu	77

15 Seznam příloh

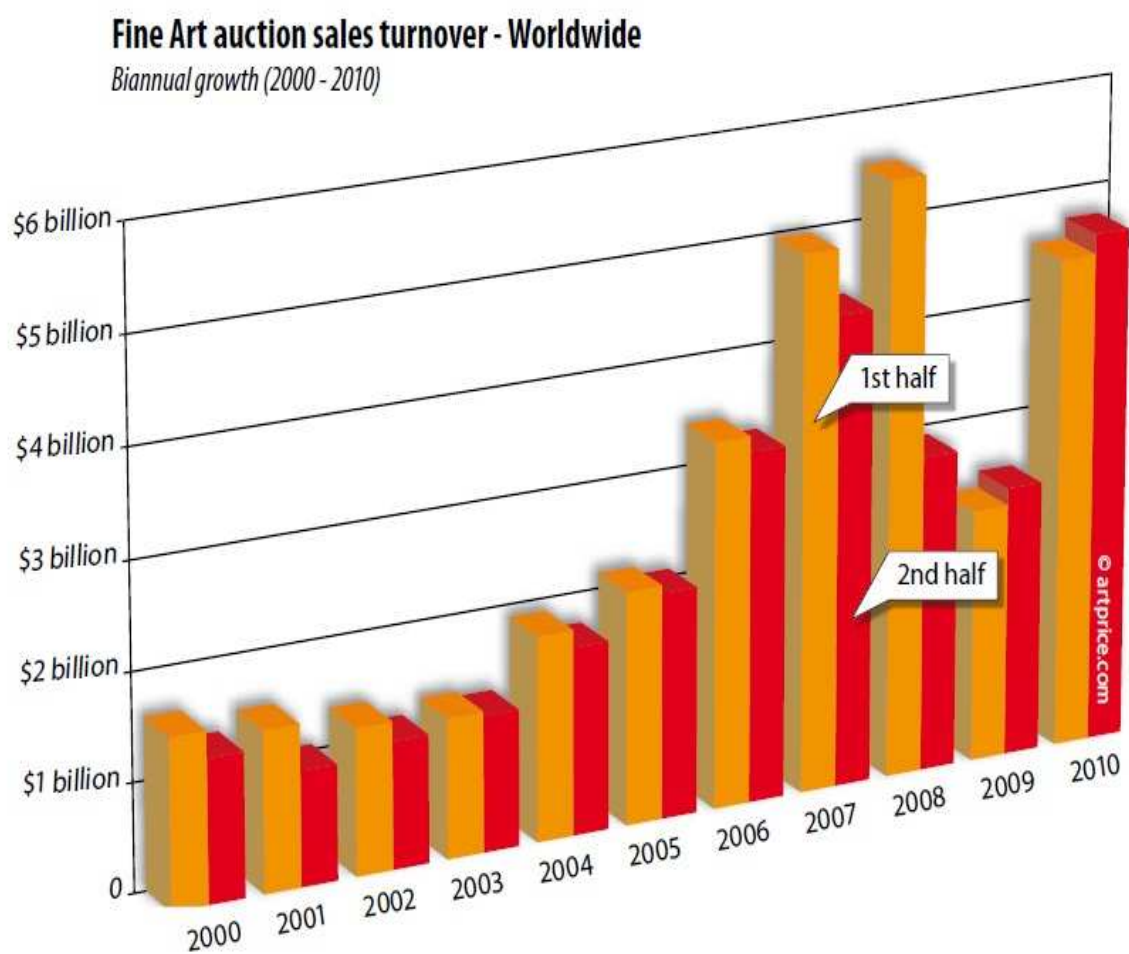
Příloha 1 Top 50 současných umělců za rok 2009/10 podle serveru Artprice	84
Příloha 2 Tržby výtvarného umění na aukcích mezi lety 2000 - 2010	85
Příloha 3 Struktura dražených předmětů na světových aukcích za rok 2010	86
Příloha 4 Návrh ceny ze serveru artprice.com	87
Příloha 5 Náhled stránky houslevykup.cz	88
Příloha 6 Náhled stránky housle.cz	89
Příloha 7 Vývoj cen obrazů holandských mistrů podle serveru Art Research Market	90

Příloha 1 Top 50 současných umělců podle aukčních prodejů za rok 2009/10 podle serveru Artprice¹⁰⁶

Artiste / Artist	Pay's de naissance Birth country	Produits des ventes / Auction sales turnover	Lots vendus Lots sold	Adjudication max Max hammer price
1 BASQUIAT Jean-Michel (1960-1988)	US	€ 30 908 576	70	€ 5 035 520
2 KOONS Jeff (1955)	US	€ 18 186 719	70	€ 3 704 399
3 DOIG Peter (1959)	UK	€ 15 271 083	43	€ 6 019 200
4 PRINCE Richard (1949)	US	€ 12 486 733	43	€ 4 504 140
5 KIPPENBERGER Martin (1953-1997)	DE	€ 11 354 823	55	€ 2 560 500
6 HIRST Damien (1965)	UK	€ 10 247 639	199	€ 1 358 265
7 CHEN Yifei (1946-2005)	CN	€ 8 880 726	19	€ 5 621 400
8 ZENG Fanzhi (1964)	CN	€ 8 064 144	29	€ 1 769 700
9 CATTELAN Maurizio (1960)	IT	€ 7 467 321	15	€ 5 507 600
10 KAPOOR Anish (1954)	IN	€ 6 994 360	37	€ 1 068 000
11 WOOL Christopher (1955)	US	€ 6 155 213	24	€ 3 408 680
12 ZHOU Chunya (1955)	CN	€ 5 301 760	61	€ 508 664
13 MUÑOZ Juan (1953-2001)	ES	€ 4 678 342	8	€ 3 383 240
14 SCULLY Sean (1946)	IE	€ 4 521 326	29	€ 802 619
15 KIEFER Anselm (1945)	DE	€ 4 387 806	25	€ 597 412
16 OFILI Chris (1968)	UK	€ 4 241 739	22	€ 2 037 419
17 YUE Minjun (1962)	CN	€ 4 227 355	29	€ 1 190 250
18 ZHANG Xiaogang (1958)	CN	€ 4 064 425	37	€ 645 420
19 LIU Ye (1964)	CN	€ 4 009 978	25	€ 1 571 130
20 STINGEL Rudolf (1956)	IT	€ 3 862 232	17	€ 629 440
21 CAI Guoqiang (1957)	CN	€ 3 743 662	20	€ 1 523 520
22 WANG Guangyi (1957)	CN	€ 3 564 679	45	€ 659 874
23 GURSKY Andreas (1955)	DE	€ 3 551 319	27	€ 1 053 390
24 RAUCH Neo (1960)	DE	€ 3 439 851	19	€ 822 244
25 MURAKAMI Takashi (1962)	JP	€ 3 437 908	223	€ 401 709
26 SHI Chong (1963)	CN	€ 3 205 086	7	€ 2 742 410
27 NARA Yoshitomo (1959)	JP	€ 2 929 597	94	€ 499 680
28 FANG Lijun (1963)	CN	€ 2 872 800	36	€ 348 660
29 TANSEY Mark (1949)	US	€ 2 848 528	3	€ 2 169 160
30 CONDO George (1957)	US	€ 2 827 718	44	€ 506 543
31 MILHAZES Beatriz (1960)	BR	€ 2 397 947	14	€ 549 486
32 MASRIADI I Nyoman (1973)	ID	€ 2 376 723	22	€ 390 402
33 GORMLEY Antony (1950)	UK	€ 2 361 744	26	€ 363 492
34 WANG Yidong (1955)	CN	€ 2 220 513	12	€ 596 702
35 HARING Keith (1958-1990)	US	€ 2 137 742	139	€ 300 375
36 LIU Wei (1965)	CN	€ 2 047 201	15	€ 399 094
37 GROTHJAHN Mark (1968)	US	€ 2 040 031	12	€ 948 240
38 LUO Zhongli (1948)	CN	€ 2 018 661	27	€ 217 260
39 DUMAS Marlene (1953)	ZA	€ 2 016 884	33	€ 693 356
40 BROWN Glenn (1966)	UK	€ 1 885 231	3	€ 1 543 499
41 JACKSON Matthew Day (1974)	US	€ 1 783 358	10	€ 569 000
42 YANG Feiyun (1954)	CN	€ 1 747 830	12	€ 694 430
43 LIU Xiaodong (1963)	CN	€ 1 720 204	5	€ 1 059 300
44 SHERMAN Cindy (1954)	US	€ 1 702 137	36	€ 236 040
45 MAPPLETHORPE Robert (1946-1989)	US	€ 1 690 525	113	€ 197 937
46 SUGIMOTO Hiroshi (1948)	JP	€ 1 649 233	111	€ 204 568
47 BROWN Cecily (1969)	UK	€ 1 563 238	11	€ 704 186
48 MUNIZ Vik (1961)	BR	€ 1 561 234	68	€ 146 696
49 FISCHL Eric (1948)	US	€ 1 540 868	22	€ 693 356
50 REYLE Anselm (1970)	DE	€ 1 477 722	23	€ 284 004

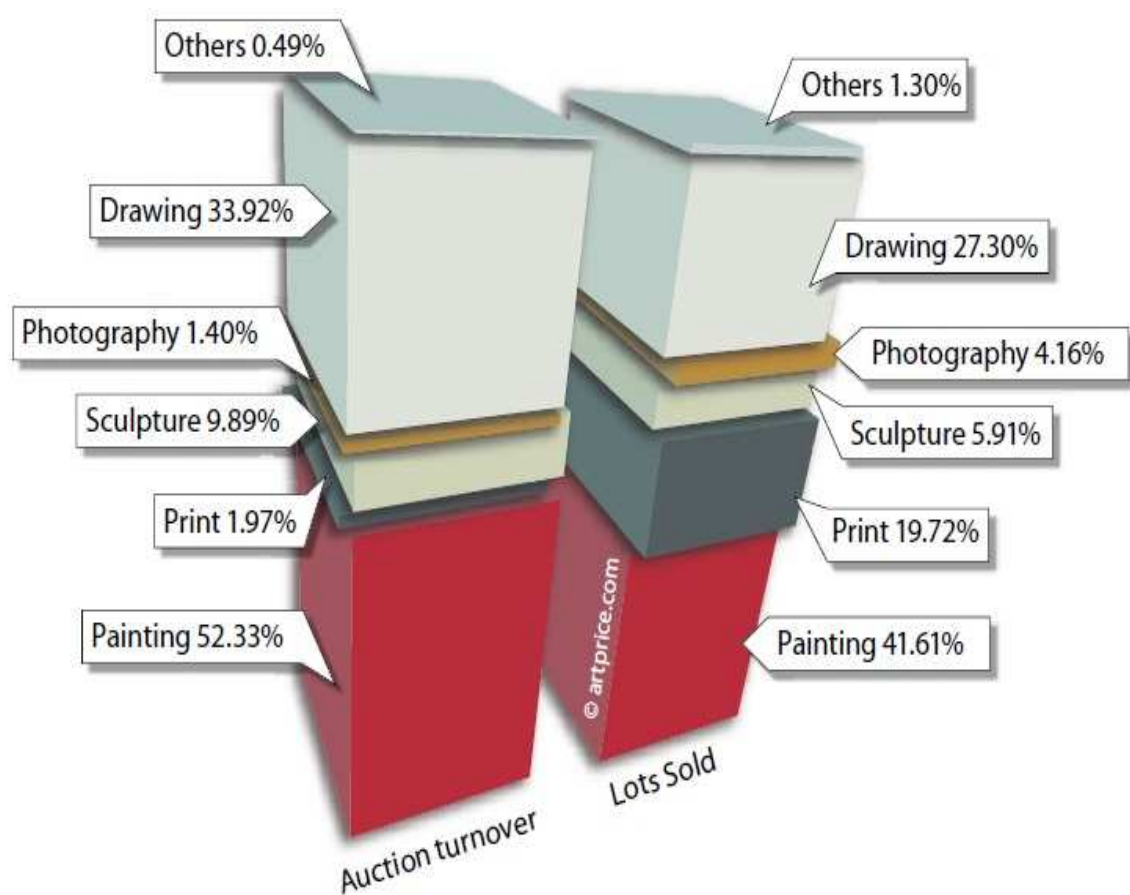
¹⁰⁶ Zdroj: www.EHRMANN, Thierry. Artprice [online]. 2010 [cit. 2011-08-07]. Contemporary Art Market 2009/2010 The Art price annual report. Dostupné z WWW: <<http://imgpublic.artprice.com/pdf/fiac10en.pdf>>.

Příloha 2 Tržby výtvarného umění na aukcích mezi lety 2000 - 2010¹⁰⁷



¹⁰⁷ Zdroj: Artprice [online]. 2010 [cit. 2011-08-16]. Art market trends. Dostupné z WWW: http://imgpublic.artprice.com/pdf/trends2010_en.pdf.

Příloha 3 Struktura dražených předmětů na světových aukcích za rok 2010¹⁰⁸



¹⁰⁸ Zdroj: Artprice [online]. 2010 [cit. 2011-08-16]. Art market trends. Dostupné z WWW: http://imgpublic.artprice.com/pdf/trends2010_en.pdf.

Příloha 4 Návrh ceny ze serveru artprice.com¹⁰⁹

The Artpricing department has prepared the following report for you:

BOUDIN, Eugène (1824-1898)

paysage

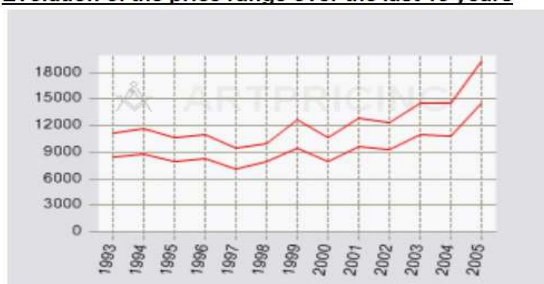
Painting

Oil/canvas , 24x33 cm (9.4x13.0 in)



Price range on 2/7/2006		
14,514.00	19,352.00	USD
12,000.00	16,000.00	EUR
8,248.80	10,998.40	GBP

Evolution of the price range over the last 13 years



¹⁰⁹ Zdroj: Artprice [online]. 2005 [cit. 2011-07-02]. BOUDIN, Eugène (1824-1898). Dostupné z WWW: <http://web.artprice.com/html/en/estimate.htm>.

Příloha 5 Náhled stránky houslevykup.cz¹¹⁰



[Služby](#) [Kontaktujte nás](#) [Popis houslí](#) [Napište nám](#) [Popis violy](#) [O nás](#)

Výkup housle, viola, violoncello, kontrabas, cimbál

Výkup hudebních nástrojů

Výkup strunných hudebních nástrojů jako jsou **housle, viola, violoncello, kontrabas** a samostatné smyčce k nástrojům i v poškozeném stavu za velice výhodnou cenu. Přijedeme, vykoupíme a platbu poukážeme hned při uskutečnění výkupu Vašeho nástroje. Vykupujeme nástroje vhodné pro studenty, profesionály, amatéry i sběratele.

O kvalitě našich služeb se přesvědčíte hned při prvním obchodním jednání. Pokud nás chcete hned kontaktovat tady je náš kontakt: 725 567 717 , 774 195 899

Máte doma nebo na půdě strunný hudební nástroj jako jsou housle, violu, violoncello, kontrabas nebo cimbál a nevíte co s ním ? Přijedeme, vykoupíme a platbu poukážeme hned při uskutečnění výkupu Vašeho nástroje. Vykupujeme nástroje vhodné pro studenty, profesionály, amatéry i sběratele.

Neváhejte a kontaktujte nás na telefonech: 725 567 717 , 774 195 899

nebo emailem: info@fema.cz

Vykupujeme housle, viola, violoncello, kontrabas, cimbál. www.fema.cz
www.zasobniky-kovove.cz

[Katalog odkazů Alfa-Eichron](#)

Service provided by Mamut and eZ - Powered by eZ Publish.

¹¹⁰ Zdroj: ¹¹⁰ Zdroj: Housle [online]. 2011 [cit. 2011-08-21].. Dostupné z WWW: <<http://www.houslevykup.cz/>>.

Příloha 6 Náhled stránky housle.cz¹¹¹

Hlavní nabídka

- [Hlavní stránka](#)
- [Témata](#)
- [Sekce](#)
- [Kruh umělců houslařů](#)
- [Recenze](#)
- [WWW odkazy](#)
- [Ke stažení](#)
- [Seznam členů](#)
- [Váš účet](#)
- [Poslání článku](#)
- [Statistika](#)
- [Top 10](#)

Kdo je online?

Právě je 1 návštěvník(ů) a 0 uživatel(ů) online.

Jste anonymní uživatel. Můžete se zdarma registrovat kliknutím [zde](#)

Vyberte si jazyk



Uživatelé napsali: Ukradené housle Johannes Jais Bulsani

Publikoval [Vilda](#) - 13. 06. 2011 @ 20:53:48 CEST (358 přečtení)

Příspěvek zaslal uživatel Anonym:
Dne 28.5.2011 byly odcizeny v Třebíči housle (s pouzdrém) s vignetou Johannes Jais Bulsani 176., barvy žluté, s kobylkou P. Buček

([Více...](#) | 323 bytů | [komentáře?](#) |   | [Uživatelé napsali](#))

Pozvánky: Koncert eSACHERe - 12 skladatelů švýcarského mecenáše Paula Sachera (1906 - 1999)

Publikoval [Vilda](#) - 8. 05. 2011 @ 09:54:11 CEST (405 přečtení)

Příspěvek zaslal uživatel Anonym:
Jste zváni na premiérové koncertní uvedení švýcarského projektu "eSACHERe", českým violoncellistou Františkem Brikciem, které se Anežky České v Praze (Milošrdných 17, Praha 1).

([Více...](#) | 1594 bytů | [komentáře?](#) |   | [Pozvánky](#))

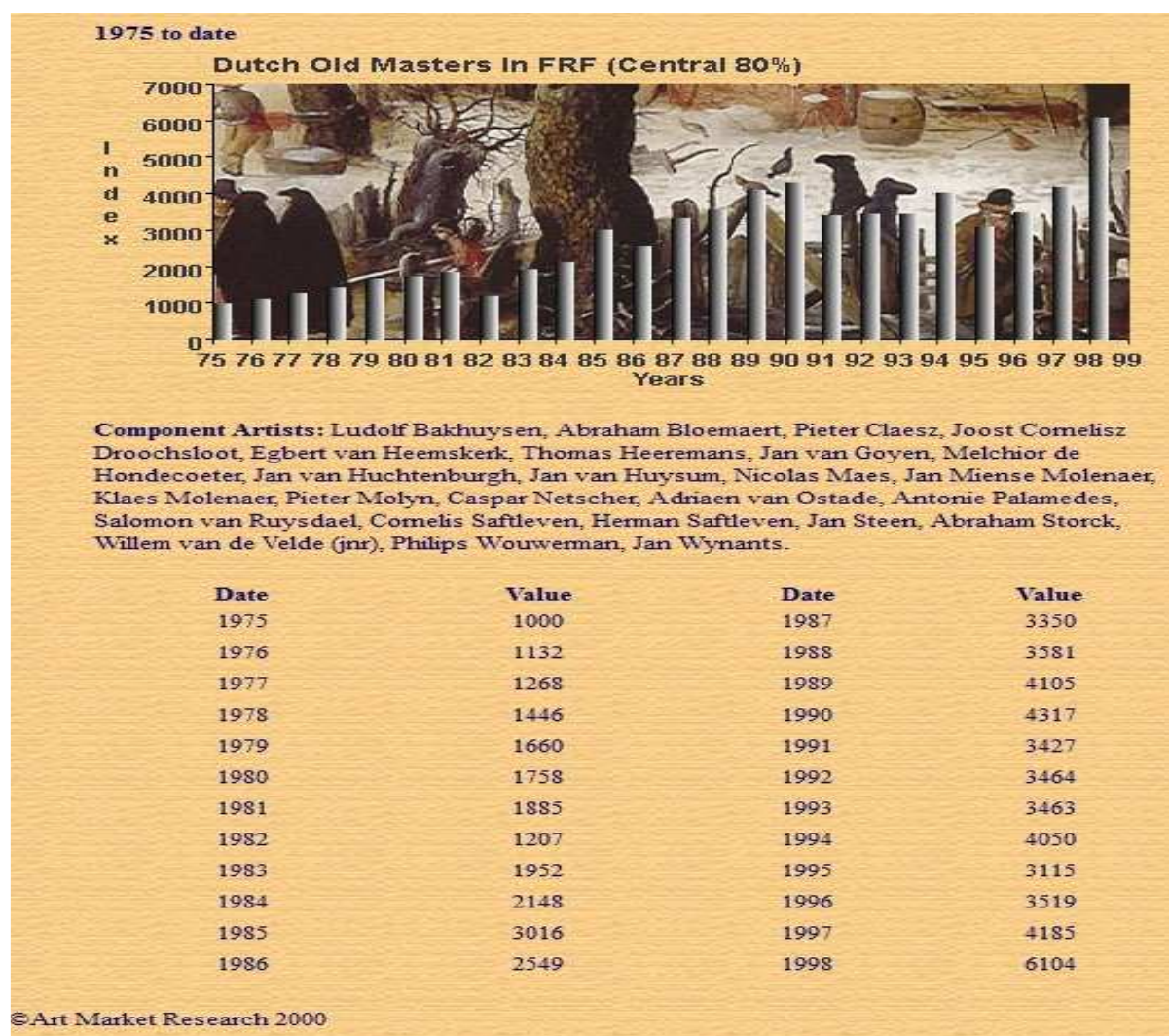
Inzerce: Pražská folklorní muzika Mateník přijme hráče na housle/violu.

Publikoval [Vilda](#) - 8. 05. 2011 @ 09:53:08 CEST (302 přečtení)

Příspěvek zaslal uživatel Cantabile:
Pražský taneční folklorní soubor Mateník a muzika Mateník přijmou houslistu/ houslistku či violistu/ violistku na kontry. Hrajeme lidové probíhají jednou až dvakrát týdně večer u metra C Háje.

¹¹¹ Zdroj: *Housle* [online]. 2011 [cit. 2011-08-21]. [Http://www.housle.cz/system/index.php](http://www.housle.cz/system/index.php). Dostupné z WWW: <<http://www.housle.cz/system/index.php>>.

Příloha 7 Vývoj cen obrazů holandských mistrů podle serveru Art Research Market¹¹²



¹¹² Zdroj: Art market research [online], 2000 [cit. 2011-07-29]. Free sample index. Dostupné z WWW: http://artmarketresearch.com/graphs/sample_fr.html.